

Paisagem gráfica da cidade – flanando por Ipanema e Leblon

Graphic landscape of the city – wandering around Ipanema and Leblon

Joy Till, Roberto Segre

paisagem urbana, comunicação visual, design gráfico do ambiente

Em busca de como vem se constituindo a imagem gráfica de nossa cidade, este artigo investiga questões relativas à comunicação visual em espaços públicos, observadas em alguns percursos realizados nos bairros cariocas Ipanema e Leblon. Apresenta uma proposta de classificação e categorização dos elementos gráficos, visando posterior análise daqueles relacionados com a orientação dos cidadãos nas metrópoles contemporâneas.

urban landscape, visual communication, graphic design of the environment, wayfinding design

Searching how the graphic image of our city is been constructed, this article aims to investigate issues on visual communication in public spaces, observed in some journeys made in Ipanema and Leblon, two neighborhoods of Rio de Janeiro. It presents a proposal for classification and categorization of graphic elements, seeking further analysis of those related to citizens' orientation in contemporary cities.

1 Introdução

Desde que se tem notícia, o homem busca se comunicar, utilizando e aperfeiçoando as técnicas que tem a seu alcance. Os sistemas de comunicação gráfica utilizam símbolos na forma de códigos de gestos olfativos, táteis, sonoros, pictográficos ou alfabéticos, conforme as necessidades sociais de cada época. De fato, o que conhecemos de todas as civilizações é dado por seus símbolos, criados e modificados ao longo da história.

Contudo, é na sociedade moderna que surge o desafio de organizar e apresentar uma crescente quantidade de informações, sinalizando a geografia da cidade, seus bairros, ruas e estabelecimentos. Le Corbusier (1924) observa o colossal crescimento das grandes cidades, entre 1800 e 1910.

Datam do início do século XX os primeiros sistemas de informação nas cidades. Designers gráficos passam a ser contratados para criar programas de sinalização pictográfica, objetivando informar e orientar, de maneira simples e rápida, os usuários de locais com grande fluxo como aeroportos, estações de trem (sistemas de transportes, de modo geral), shoppings, hospitais, eventos internacionais etc. (Meggs e Purvis, 2009)

Paralelamente ao desenvolvimento de sistemas informacionais cada vez mais sofisticados, objetivando permitir uma melhor comunicação entre os cidadãos, vivemos em cidades caracterizadas pela profusão de componentes - projetados por especialistas ou informais, estáticos ou em movimento - os mais diversos centros urbanos revelam uma superabundância de informações disponíveis, gerando sua condenação à insignificância, visto o espaço proporcional ínfimo que têm condições de ocupar. (Denis, 2000)

2 Elementos gráficos da cidade: uma primeira organização

O conjunto de elementos gráficos de uma cidade abarca segmentos relacionados à sinalização (de ruas e logradouros, trânsito, advertência/perigo, serviços, obras, identificação de edifícios, locais de interesse etc.); ao mobiliário e equipamentos urbanos; à publicidade oficial e de empresas públicas e privadas com raio de ação local, regional ou internacional; à interferências como o grafite, pichações, pinturas murais ou exposições; aos anúncios informais executados por letristas ou micreiros, entre outros. As informações têm como suporte bases fixas ou em movimento e podem ser permanentes ou efêmeras, inserindo-se no corpo da cidade e criando

uma enorme textura comunicacional, a qual desejamos compreender melhor.

No sentido de tentar estabelecer categorias de análise para a miríade de mensagens gráficas visuais às quais, cada vez mais, nos vemos expostos, baseei-me na metodologia de decomposição do ambiente, observando seus elementos constituintes, como Cullen nos apresenta em Paisagem Urbana (Cullen, 1971). Com o olhar voltado para todo o tipo de interferência gráfica e de comunicação visual, realizo caminhadas, muitas vezes sem rumo definido, flanando e vivenciando o cotidiano da cidade. Mensagens fixas ou em movimento, seja no fluxo de pessoas ou objetos, têm como ferramenta de observação e registro a fotografia e o vídeo digitais. Ao percorrer os vários trajetos, produzo imagens das mensagens que, de algum modo, me capturam a atenção.

De várias categorias, as camadas tipográficas e ilustradas da cidade se misturam às construídas. Na arquitetura, o termo gráfico vai se relacionar mais à tramas, texturas, geometrias, visadas etc, resultado das relações tridimensionais que as construções estabelecem na malha da cidade.

Já o mobiliário urbano é uma espécie de elemento intermediário entre a escala e dimensões arquitetônicas e as mensagens que são por ele suportadas. Além disso, carros, caminhões, motos, ambulantes, trabalhadores, vitrines, intervenções publicitárias, postes humanos, grafites, tipografia artesanal, arte urbana, expressões vernaculares, roupas... se espalham pelas cidades, em camadas e mais camadas de textos e imagens - estáticas e em movimento - a serem decodificadas.

Numa primeira organização, objetivando um dos modos para classificação destes elementos, a cidade é vista como um enorme conjunto de camadas informacionais, subdivididas pela sua disposição em superfícies, seus suportes. (Figura 1)

Figura 1: camadas & mais camadas - superposições gráficas urbanas



A partir deste primeiro mapeamento de experiências e percepções pessoais nas derivas cotidianas, as imagens capturadas são transportadas para o computador e relidas, gerando novas reflexões sobre as mensagens. Colocadas em álbuns foto e vídeográficos, relacionadas com seu suporte, recebem *tags* (etiquetas identificadoras), que se relacionam com o seu conteúdo mais específico. Esta metodologia permite com que uma mesma imagem possa estar associada a álbuns diferentes e a diversos temas concomitantemente, de modo que possa ser

utilizada para a pesquisa de questionamentos variados. Este enorme banco de dados oferece um conteúdo que pode ser interligado, através de referências cruzadas, permitindo a busca de elementos bastante específicos ou mais genéricos. As etiquetas identificam as imagens por localização, suporte, material, tipo de mensagem etc, e são reestruturadas conforme novas observações, ao longo da pesquisa. (Tabela 1)

Tabela 1: listagem inicial de *tags* (etiquetas identificadoras)

etiquetas identificadoras iniciais		
abrigo de ônibus	fixos_fluxos	placas direcionais
acessibilidade	fronteiras_liquidas	placas educativas
acrílico	grafite	placas informativas
advertência	grandes formatos	postes
ambulantes & carrocinhas	história	postes humanos
animais	incongruências	postos da orla
around	informes	praia
arquitetura-suporte	institucional	prefeitura
artesanal	intervenções	publicidade
artísticos	ipanema	quiosques
back-light	leblon	relógios
bancas de jornal	leds	riocidade
banners	letreros	rio de janeiro
bicicletas & ciclovias	letreros & fachadas	serviços
bueiros	lixeiras	sinalização
busdoor	lugares	sinalização de alerta
cabine de polícia	luminosos	sinalização efêmera
caixa de luz	mobilidade	sobre rodas
camadas	mobiliário	superposição
cameraphone	movimento	telefone
campanhas	muros & tapumes	texturas
celular	oficial	tipografia
cidade	orla	toldos
cotidiano	outdoors	totens
cultura	paisagem	transporte
céu	passeios	uniformes
efêmero	pedestres	urbano
eleições	pintura mural	verdes
equipamentos	piso informativo	vernacular
equipamentos privados	placas	veículos
eventos	placas de ruas & logradouros	
faixas	placas de trânsito	

Assim, as capturas dão origem à narrativas não lineares a partir das camadas suporte. Percepções que podem ser articuladas das mais variadas maneiras, de acordo com a intenção da análise. Tipografia, técnica, ilustração, diagramação, entre outros, são componentes formais. Outras questões referem-se à sua origem: design oficial (público), comercial e institucional, informal ou vernacular, interferências (performances, grafite, arte urbana), intervenções (soluções geradas pelo cidadão)... Nesta rede, formada por diversas entradas possíveis para a análise da mensagem, revelam-se os elementos mais significativos, que servem de base para novas associações, num processo contínuo de fundamentação empírica.

Neste texto, observamos segmentos dos bairros de Ipanema e Leblon em função de sua importância cultural e simbólica, como o coração da sofisticada zona sul carioca, onde

encontram-se os melhores serviços urbanos oferecidos em nossa cidade. Esta condição nos leva a imaginar que nestes bairros é possível localizar o que há de mais contemporâneo em termos de design de comunicação visual, objeto ainda recente dos estudos urbanos e, infelizmente, identificado como uma área de atuação elitizada. Deve-se também à minha facilidade de deslocamento neste espaço, como moradora por quase 30 anos, em percursos que constantemente realizo e que, conseqüentemente, facilitam enormemente a investigação. Como uma *flanêur* contemporânea, sigo pelas ruas, observando placas, pisos, vitrines, empenas, muros, bancas de jornal, carrocinhas, ônibus etc, tentando não ser notada, percebendo e interpretando meu ambiente cotidiano.

3 Ilha da Fantasia: Ipanema & Leblon

A figura 2, produzida a partir do aplicativo disponível no site russo Zubetzblitz¹, destaca em vermelho os bairros que compõem a VI Região Administrativa - Lagoa, pertencente à Área de Planejamento II - Sul², conforme os dados da prefeitura do município. A VI R.A. representa o setor mais valorizado da cidade, caracterizado pela maior renda per capita. Na oferta de equipamentos culturais está em terceiro lugar, atrás apenas do centro e da V R.A. - Botafogo, concentrando a maior quantidade de galerias de arte e uma enorme oferta de restaurantes e bares.

Figura 2: vista a partir da base do Cristo Redentor: Lagoa Rodrigo de Freitas em primeiro plano. Ao fundo, Ipanema e Leblon.



Estão concentrados nos bairros de Ipanema e Leblon os metros quadrados mais caros do país, em especial nas Avenidas Vieira Souto e Delfim Moreira. Ostentam o título de área mais sofisticada da cidade, com ruas como a Garcia D'ávila com seu próprio tapete vermelho, levando a lojas de griffes internacionais. Lado a lado, o comércio tradicional, de esfera local, representado por açougues, armarinhos, lojas de material de construção, entre outros, convivem com o que há de mais contemporâneo em nosso mundo globalizado: hotéis, restaurantes, shoppings... Vida cultural intensa, praia conhecida internacionalmente, personalidades famosas, moradores ilustres, charme, sofisticação, cinemas e comércio de rua, caminhadas no calçadão, belíssima paisagem, pessoas bonitas, gentis... Uma autêntica ilha da fantasia, um oásis no meio da complexa metrópole carioca.

¹ http://www.zubetzblitz.narod.ru/GALLERY/tour_brasil/rio/rio.html O aplicativo permite "voar" sobre diversas cidades do mundo, entre elas o Rio de Janeiro. Com o mouse como manche, navegamos por magníficos panoramas, mudando o ângulo de visualização, alterando a distância do objeto em foco, entre vários parâmetros configuráveis pelo usuário.

² http://portalgeo.rio.rj.gov.br/bairros Cariocas/index_ra.htm

Os dois bairros têm características muito semelhantes quanto à sua composição habitacional, cada um com aproximadamente 50.000 moradores, em sua grande maioria pertencente à classe média alta. Núcleos de população de baixa renda também são encontrados, especialmente nas favelas do Pavão e Pavãozinho - entre Ipanema e Copacabana - e no conjunto habitacional da Cruzada São Sebastião, hoje vizinha ao Shopping Leblon.

Figura 3: mapa dos bairros Leblon & Ipanema (recorte a partir do google maps, 2010)



Historicamente, a formação da malha urbana atual se assemelha nos dois bairros. Nas décadas de 1910 e 1920, a Companhia Industrial da Gávea executa o loteamento inicial do Leblon, dando origem ao reticulado que se mantém quase a mesmo nos dias de hoje. A chegada do bonde, em 1914, liga o bairro ao resto da cidade. Em 1919, a orla da Avenida Defim Moreira é aberta e a praia do Leblon urbanizada, surgindo do seu prolongamento a Avenida Niemeyer. (Gerson, 2000)

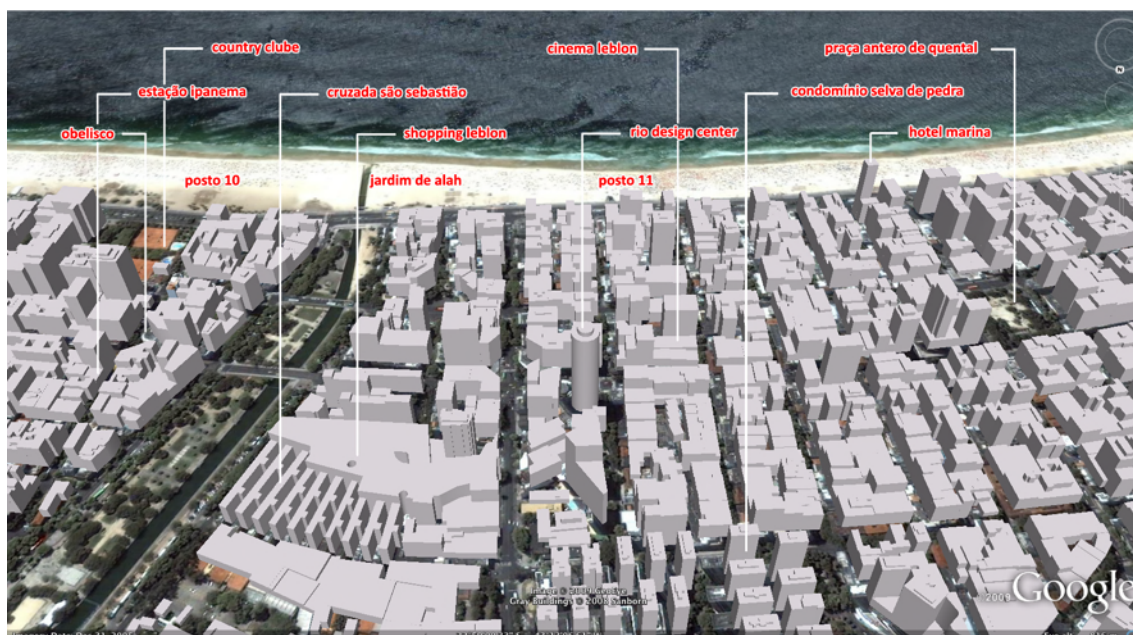
Já Ipanema tem sua primeira urbanização projetada alguns anos antes, em 1883. O Loteamento Villa Ipanema inicia-se em 1894, com a abertura das praças Floriano Peixoto (General Osório) e Coronel Valadares Nossa Senhora da Paz), as ruas Prudente de Moraes e 20 de Novembro (Visconde de Pirajá) e a Avenida Vieira Souto, entre outras. O bonde chega em 1902, fazendo ponto final na atual praça General Osório. Novas ruas foram abertas e, até 1927, todos os terrenos já haviam sido vendidos, consolidando-se o bairro. Antigas casas foram sendo substituídas por edifícios residenciais, apart-hotéis e centros comerciais, especialmente na Rua Visconde de Pirajá. Na década de 1970, os preços dos imóveis dispararam, dando lugar a uma grande especulação imobiliária, representada pela construção acelerada de espigões. (Gerson, 2000)

Leblon e Ipanema tem origens muito semelhantes, porém se diferenciam em alguns aspectos. O Leblon caracterizou-se por uma atmosfera mais familiar, advinda da sua condição de bairro bucólico, deslocado do centro, tendo um início heróico como fazenda de abrigo de escravos fujões. Bem mais recentemente, ganhou um ar glamouroso e com a hiper exposição na mídia, veio alterando radicalmente esta condição.

Ipanema dita moda desde o final da década de 1950. Badalada internacionalmente, é dotada de um tráfego interno e externo de cidadãos extremamente relevante, seja para lazer ou em busca de atividades comerciais. É mais espetacular, com seu sem número de atrações, do paraíso tropical com seus blocos de carnaval ao comércio sofisticado, a cultura de livrarias e galerias de arte, lindos seres humanos desfilando pelas ruas e praias.

A seguir, observaremos alguns exemplos da comunicação visual urbana localizados na região entre a praça Antero de Quental, no Leblon e a rua Aníbal de Mendonça, em Ipanema, em três setores: arredores da rua João Lira, no Leblon, a orla em comum, o trecho em trono da rua Henrique Dumont, em Ipanema e parte do corredor comercial composto pela av. Ataulfo de Paiva e rua Visconde de Pirajá.

Figura 4: vista aérea do trecho percorrido (recorte do google earth, 2010)



4 Percursos e imagens: percepção e mapeamento

Os trechos percorridos trazem diversas questões semelhantes, que se repetem ao longo dos percursos, porém foram geograficamente organizados para que pudessem, se necessário, ser facilmente revisitados. A partir da distribuição inicial das imagens pelas suas camadas-suporte, examinamos alguns exemplos, dentre os inúmeros coletados. Estas categorias se configuram em uma forma de articulação do que é destacado em cada imagem, ainda que uma mesma observação possa se inserir em mais de uma classificação.

Pequenas observações reunidas à cada imagem, apresentam as primeiras impressões dos instantâneos realizados. Após o registro fotográfico e a análise da imagem digitalizada, as *tags* (etiquetas identificadoras) são aplicadas, possibilitando a identificação de questões comuns em situações diversas. Nestas análises, novos elementos surgem e nem sempre as *tags* já existentes dão conta do que vai sendo observado, num olhar mais focado e apurado. Deste modo, as fotografias servem como bases para a elaboração do banco de dados de *tags*, suscitando questionamentos e permitindo o refinamento do que foi interpretado inicialmente. A partir destas definições, estas podem ser organizadas dos mais diversos modos, permitindo vários recortes no sentido de aprofundar as análises dos assuntos revelados.

arquitetura como suporte

1. edifícios: letreiros & fachadas

Elementos gráficos dispostos à frente das edificações, em suas fachadas ou grades, identificam as atividades realizadas naquele local: placas comerciais, numeração, nome do edifício. Eventualmente, funcionam como suporte para outras informações: nome da rua, ilustrações componentes da construção (painéis, mosaicos, pinturas...) ou interferências externas (grafites, pichações, pinturas, cartazes colados, faixas...).

Figura 5: A fachada deste edifício, cujo embasamento é comercial, vem sofrendo uma série de modificações em função da alta rotatividade das lojas. Como os aluguéis sofreram grandes reajustes, os negócios não parecem conseguir a rentabilidade suficiente. (Av. Ataulfo de Paiva, entre as ruas João Lira e Bartolomeu Mitre)



Figura 6: Encontramos uma série de edifícios que demonstram ter sido esvaziados com a intenção de demolição. Somente nesta pequena quadra, dois foram identificados! Porém, por algum motivo (APAC?), estes permanecem em estado de abandono, pichados e deteriorados, não sendo nem demolidos, nem ocupados. (Rua João Lira, entre ruas Humberto de Campos e Ataulfo de Paiva)



2. obras urbanas

Viadutos, pontes, estações ou construções públicas de modo geral, inseridas no tecido urbano. Base para informações ao cidadão (placas de identificação, sinalização, educativas, placas de trânsito, comunicações...), muitas vezes funcionam como suporte para intervenções alheias ao seu conteúdo (avisos colados em suas superfícies, grafites, pichações, faixas etc).

Figura 7: No final da terceira gestão do prefeito Cesar Maia (2008), o portal do canal que liga a praia à Lagoa Rodrigo de Freitas foi pintado em azul claro com pequenas ondas brancas e detalhes em laranja (cor da prefeitura, àquela época). No elemento elíptico à direita, um letrista pinta o texto “Rio-Águas”, correspondente à empresa responsável pela obra, num modo artesanal de lidar com a representação de sua marca. (Orla Ipanema-Leblon, em frente ao Jardim de Alah)



Figura 8: Uma das primeiras providências da atual gestão da prefeitura, a demolição da passarela em torno do obelisco de Ipanema, criada à época do projeto Rio-Cidade (1996) foi bastante reivindicada pelos moradores. Apesar da denominação “passarela”, nunca funcionou como tal, se tornando um obstáculo visual e base para intervenções de cartazes e pichações. (Rua Visconde de Pirajá, junto à rua Henrique Dumont)



3. muros, empenas & tapumes

Caracterizam-se como suportes para mensagens apenas veiculadas ali, não sendo - necessariamente - identificadoras do “conteúdo” do edifício. Intervenções de modo geral efêmeras, estão dispostas sobre superfícies que se apresentam intermediárias entre o público e o privado. Os muros e tapumes cercam os espaços de seus donos e geram grandes áreas cegas, que parecem convidar à exploração visual e se posicionam numa escala próxima de quem circula a pé. As empenas (ou tetos, como no exemplo abaixo) de edifícios são alugadas para publicidade (em outdoors ou painéis, vistos desde grandes

distâncias), enquanto empreendimentos imobiliários utilizam o fechamento da frente dos terrenos como painel, tanto para publicidade como para informações sobre o projeto em curso.

Figura 9: Acima do edifício, o painel publicitário divulga a sandália, cujo nome é o mesmo do bairro que se inicia naquele ponto, numa feliz campanha de marketing. (Rua Visconde de Pirajá, vista do Jardim de Alah - lado Leblon)



Figura 10: Os tapumes modificam sua aparência, de acordo com a etapa da exploração do terreno. No período de demolição, cartazes e/ou pichações externas àquele empreendimento cobrem seus planos. No lançamento imobiliário, sua superfície passa a divulgá-lo. Na construção, além da placa para a prefeitura, formam a base da publicidade das empresas responsáveis pelo empreendimento. (Av. Vieira Souto, esquina de rua Epiácio Pessoa)



rua como suporte

1. postes & placas

Mensagens gráficas em postes e aparatos publicitários ou de sinalização, permanentes ou efêmeros. Das calçadas ou vias, estão fincados suportes para sinalização de ruas e logradouros, placas e sinais de trânsito; painéis eletrônicos, mensagens de advertência e perigo; de orientação: placas direcionais e totens; mensagens publicitárias.

Figura 11: A placa de trânsito em cor marrom - representativa de pontos de interesse - apresenta ícones de natureza distinta: Corcovado e Maracanã tem ícones formais, enquanto a Floresta da Tijuca usa uma simbologia genérica de "área natural protegida". À esquerda da imagem, vemos uma placa de permitido estacionar acima de outra que proíbe o estacionamento. O texto que explica as duas condições possui um corpo pequeno, só permitindo sua leitura quando o veículo já está muito próximo do local. (Rua Joana Angélica, esquina de rua Prudente de Morais)



Figura 12: As novas placas da CET-Rio apresentam composições das mais diversas em relação à tipografia, cores e diagramação. Sempre em grande destaque, a nova marca da prefeitura, inverte a hierarquia necessária à transmissão da informação. Outro fator se relaciona ao posicionamento das placas, colocadas em alturas variadas, não permitindo sua correta visualização. (Rua João Lira, próximo à av. Delfim Moreira)



2. sobre a calçada

Instalados de modo geral nas calçadas, estão: quiosques, bancas de jornal, cabines telefônicas, abrigos de ônibus, mobiliário (bancos, mesas, brinquedos...), totens informativos ou publicitários, equipamentos (caixas de luz, controles de semáforos...), fradinhos, cavaletes, telas protetoras de obras, exposições, monumentos, esculturas e intervenções artísticas temporárias ou permanentes... E, ainda, as varandas e "puxadinhos" de bares, lanchonetes e restaurantes.

Figura 12: O grafite “trata” as instalações elétricas de sinais de trânsito em toda a cidade. Estes elementos, assim como alguns muros - públicos ou privados, parecem ter tido seu uso como suporte para intervenções artísticas, estimulado pelas últimas administrações municipais. (Av. Delfim Moreira, próximo à rua General Urquiza)



Figura 13: As bancas de jornal são cobertas por inúmeras revistas, postais e pequenos brinquedos, entre tantos objetos gráficos. Formam um conjunto onde é quase impossível discernir uma informação que estivermos buscando. A parte externa também funciona como espaço publicitário, alugado para setores externos à atividade dos jornaleiros. (Av. Ataulfo de Paiva, esquina da av. Afranio de Melo Franco)



3. na superfície do chão

Mensagens publicitárias, informacionais ou elementos de sinalização sustentados pelos pisos de calçadas e ruas da cidade. Tampas de bueiros, faixas (pintadas ou adesivadas), pisos táteis ou coloridos produzidos na superfície do piso.

Figura 14: A faixa em frente às escolas é excelente: colorida, atraente, super visível, alegre. O problema é ser utilizada como local de estacionamento. O carro, que divulga a campanha para presidente do clube Flamengo, considera que está numa vaga. E isso em frente à polícia! (Rua Adalberto Ferreira, esquina da rua Gilberto Cardoso)



Figura 15: A utilização da cor no piso, marca acentuadamente a travessia de pedestres, minorando as possibilidades de acidentes. Na pista dos veículos, vemos uma faixa azul, pintada para a meia maratona (out/2008) do Rio, que permaneceu após o evento, até o recente recapeamento da avenida (início de 2011). Incompreensível para quem não tem este conhecimento, além de inútil e perturbadora. Desatinos! (Av. Delfim Moreira, em frente à rua Cupertino Durão)



em movimento

1. veículos

Informações, orientações e mensagens publicitárias contidas nas “fachadas” dos ônibus, caminhões, táxis, kombis, vans, veículos de empresas etc. Busdoor, taxidoor, pintura, adesivamento e envelopamento de veículos são alguns dos modos utilizados, além dos painéis eletrônicos formados por leds (micro-lâmpadas), especialmente nos ônibus.

Figura 16: Nos ônibus multicoloridos de nossa frota, imagens e textos em movimento buscam nosso olhar, numa disputa ferrenha de dados, o que acaba tornando impossível a compreensão dos elementos. Sem hierarquia ou harmonia, placas e letreiros vão sendo colocados na frente do veículo, em diferentes tipografias, tamanhos e cores. Os recém-empregados leds, em cores e intensidades variadas contribuem para ofuscar ainda mais o conjunto. Em algumas situações, as informações apresentadas nos letreiros luminosos são rotativas, o que faz com que muitas vezes não se consiga ver a mensagem enquanto o ônibus vem chegando, dependendo de sua velocidade. Informações como "Bom dia", "Humaitá" (trajeto) ou destino final se alternam. A recente uniformização das cores dos ônibus (2010, ainda em processo) vem sofrendo várias críticas, pois a diferenciação das 4 regiões propostas pela prefeitura é muito pouco perceptível, além de várias linhas terem mudado seus números já classicamente incorporados pela população. (Av. Ataulfo de Paiva, em frente à rua João Lira)



Figura 17: Caminhões particulares são, muitas vezes, enfeitados artesanalmente por seus donos, com ilustrações vernaculares, como este de entrega de gelo aos quiosques de praia. (Av. Delfim Moreira, quase em frente à av. Bartolomeu Mitre)



2. pedestres

Mensagens dispostas em roupas e acessórios, levadas pelos cidadãos. Ao circular pela cidade, criam uma espécie de fluxo gráfico presente em uniformes de funcionários de empresas, camisetas de times e eventos, textos e imagens em estampas ou aplicações em camisetas, bolsas, bonés etc. Presentes nesta categoria os diversos personagens urbanos: artistas de rua (nos sinais de trânsito ou homens-estátua, entre outros), homens-cartazes,

camelôs e postes humanos, estes últimos bastante presentes em campanhas políticas. Vale ressaltar que, de modo geral, não possuem locais fixos de atuação, estando em pontos diferentes da cidade, portanto em movimento.

Figura 18: Novos uniformes vestem os(as) guardadores(as) de veículos do sistema “vaga certa”, numa identidade clara. Infelizmente, a escolha das cores não parece ser muito feliz, visto que o cinza se confunde com o asfalto, dificultando encontrar-se os profissionais, quando se está em busca de uma vaga. (Orla Ipanema Leblon, domingo, quando a pista próxima à praia se transforma em área de lazer)



Figura 19: O homem-estátua, artista de rua, atrai a atenção dos transeuntes, durante a copa do mundo, na esquina bastante movimentada da principal avenida do Leblon. O local escolhido congrega um cinema, a lanchonete Mc Donald's e o bar Clipper, palco de grande acumulação de público em comemorações de jogos de futebol. (Av. Ataulfo de Paiva, em frente à rua Carlos Góis)



3. carrocinhas & bicicletas

Pequenos veículos, alimentados por propulsão humana, que circulam pela cidade com produtos à venda: cachorro-quente, água de coco, doces caseiros, frutas, sorvetes, entre outros. Habitualmente possuem duas rodas e um (ou dois) suportes para quando estacionados. Além disso, bicicletas ou carrinhos do tipo burro-sem-rabo, funcionam como

entregas, transporte e/ou comercialização de mercadorias.

Figura 20: Seu Moraes, representante da “Sorveteria das Crianças” - original (1936) do Bar Vinte, em Ipanema - atualmente percorre o Leblon com sua carrocinha, vendendo o lendário picolé. Assim, o filho do antigo dono consegue manter seu tradicional produto circulando, ainda que em uma escala um pouco mais restrita. (Av. Ataulfo de Paiva, entre as ruas Carlos Góis e Cupertino Durão)



Figura 21: As bicicletas são utilizadas para campanhas eleitorais, com uma imagem bastante simpática em busca de eleitores, traduzindo a idéia de “campanha limpa” que o partido fotografado pretende apresentar. Não poluentes, não gastam energia, fazem a publicidade e se retiram ao final do dia, sem deixar vestígios desagradáveis na cidade. (Av. Vieira Souto, próximo à rua Henrique Dumont)



aéreos

Mensagens em aviões, helicópteros, balões etc, visualizadas de baixo para cima e desde grandes distâncias. Eventualmente fixadas por fios na superfície do chão. Esta é uma camada explorada geralmente de modo efemero, em eventos ou grandes momentos de concentração de pessoas, como nas praias nos fins de semana.

Figura 21: Aviões sobrevoam o mar, especialmente em fins de semana e feriados, divulgam desde mensagens simples, de namorados ou pequenos empresários, anunciando shows ou resultados de classificações de alunos em vestibulares, a grandes campanhas publicitárias e promocionais. (Sobre a praia do Leblon, próximo à Av. Bartolomeu Mitre)



Figura 22: Balões, dirigíveis e afins também tornam-se suportes para publicidade, divertindo quem olha para o alto com suas cores fortes e formas orgânicas. (Parada Gay - Orla de Ipanema)



5 Algumas considerações

A seleção de imagens expostas neste artigo traz algumas reflexões que orientam a etapa atual da pesquisa. A partir das análises e releituras das fotografias realizadas, as *tags* originais já configuram um novo grupo, exposto na tabela 3. A tabela reúne aspectos globais e particulares, sem refletir hierarquia, porém aponta para outras categorias de organização possíveis, além das “camadas-suporte”, propostas originalmente: local dos registros, emissores e receptores das mensagens, tipo (o objeto em si), material utilizado, tema a que se refere e expressão semântica observada.

Tabela 3: Conjunto atual de tags

tags - todas		
abrigo_de_onibus	grafite_e_arte_urbana	placas
acessibilidade	grande_formato	placa_comercial
acrilico	hibrido	placa_de_transito
advertencia	humor	placa_edilicia
aereos	ilustrado	placa_informativa
aeroporto	incongruencias	placa_mortuaria
ambulante	inesperados	placa_pedestre
arquitetura_como_suporte	informal_vernacular	placa_ponto_de_interesse
artesanal	internacional	placa_rua_e_logradouro
artístico	intervencoes_interferencias	placa_turistica
aviao	letra_metalica	populares
backlight	letra_sobreposta	poste
banca_de_jornal	leteiro	postes_e_placas
banco	leiteiros_e_fachadas	posto_de_gasolina
banner	lixeira_e_cacamba	praia
bicicleta	local_bairro	prancha
bicicletario	lona	prefeitura
bueiro	luminaria	publicidade
busdoor	luminoso	publicidade_na_calçada
cabine_de_policia	madeira	quiosque
cabine_telefonica	manutencao	quiosque_flores
camadas	mapa_urbano	quiosque_praia
campanha_eleitoral	metal	reconfiguracoes
campanha_social	metropolitana_regional	relógio
carrocinha	mobiliario	rio_cidade
carrocinhas_e_bicicletas	mobilidade	rio_de_janeiro
celular	morro_sto_antonio	rua_como_suporte
ciclovía	muro	sao_paulo
comercial_e_institucional	muros_empenas_e_tapumes	servico_urbano
comercio	na_superficie_do_chao	sinalizacao
contrastos	nacional	sinalizacao_efemera
cor	natural	sinalizacao_publica
cotidiano	obra	sinalizacao_urbana
cultura	obras_urbanas	sobre_a_calçada
desatinos	oficial	tapume
desenho	onibus	taxidoor
efemero	orelhao	tecnologia
eletronico	orientacao_ao_condutor	textura
em_movimento	orientacao_ao_pedestre	tipografia
equipamento	orientacao_ao_turista	totem_gigante
equipamento_privado	outdoor	totem_informativo
equipamento_urbano	papel	totem_publicidade
esquema_explicativo	pedestre	totem_relogio
evento	pedestres	totem_turistico
exposicao	personagem_urbano	transporte
fachada	pintura	turistico
faixa	pintura_mural	uniforme
flashmob	piso	veiculos
gov_estadual	piso_informativo	vitrine
gov_federal	pixacao	

Em “Não há cidadania sem informação, nem informação sem design”, excelente artigo

publicado originalmente à época da criação da nossa *SBDI – Sociedade Brasileira de Design da Informação*, Joaquim Redig discorre sobre diversas situações, ambientadas no espaço urbano, onde o usuário é levado à não compreensão da mensagem, em função de informações apresentadas de maneira equivocada. Seu trabalho verifica o uso dos princípios fundamentais do design de informação, através da análise de situações cotidianas, relacionando a sociedade democrática à coexistência com informações claras e verdadeiras. Para tal, elenca características indispensáveis deste campo de estudo recente, porém fundamental em nossa sociedade contemporânea. Como pontos principais considera que: quanto ao destinatário da mensagem, o foco está no receptor. Quanto à sua forma, a mensagem não pode prescindir de analogia, clareza, concisão, ênfase, coloquialidade, consistência e cordialidade. E, quanto ao tempo no processo de transmissão, deve observar a oportunidade e estabilidade. Afirma que, quando o objeto informativo não atende a estas características, o processo de comunicação não será eficiente, prejudicando o cidadão. (Redig, 2003) O autor observa estes parâmetros em diversos exemplos da comunicação realizada pelos órgãos públicos em nossa cidade, registrando situações extremamente “ilegíveis” e, conseqüentemente, ineficazes e poluidoras do espaço urbano, já tão prejudicado.

Convencionalmente, considera-se que a solução de um problema de sinalização, é a produção de ainda mais suportes, mais elementos de sinalização. Assim, em nossa cidade, a multiplicação desordenada de placas e outros suportes que são superpostos no tecido urbano - somando-se à arquitetura, mobiliário e equipamentos públicos e privados - , além de, muitas vezes, atravancarem as calçadas, prejudicando o fluxo de seus cidadãos, impossibilitam o discernimento das informações expostas. A hierarquia é desconsiderada, enquanto cada instituição “resolve” seu problema informacional ao seu modo, ficando seu poste nas calçadas. Não importa se há árvores ou qualquer obstáculo na frente das mensagens ou se esta é clara, eficiente, conseguindo alcançar o cidadão.

Os projetos de design gráfico no ambiente urbano podem produzir uma melhor experiência e compreensão do lugar. De fato, é fundamental atentar tanto para a produção de mensagens que necessitam ser compreendidas imediatamente - como em orientações no trânsito, identificação do sistema de transportes, nomes de ruas, localização de hospitais ou em qualquer situação de risco - , como para aquelas que podem contribuir para uma melhor fruição do caldo de cultura que compõe a cidade contemporânea, tão rico de sentidos e significados.

Referências

- Berger, Craig M. (2005). *Wayfinding - Designing and Implementing Graphic Navigational Systems*. Mies: Rotovision.
- Caplan, Ralph. Signage and Carnage in the Year of the Dog. *Voice: AIGA Journal of Design*. Disponível em: <http://www.aiga.org/content.cfm/signage-and-carnage>. Acesso em: 02 mai. 2008
- Cullen, Gordon. (2008). *Paisagem Urbana*. Lisboa: Edições 70.
- Denis, Rafael Cardoso. (2005). *Uma introdução a história do design*. São Paulo: Edgar Blucher.
- Gerson, Brasil. (2000). *História das Ruas do Rio*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Lacerda Ed.
- Lima, Rogério Barbosa. (2005). *O Antigo Leblon: uma aldeia encantada*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Antigo Leblon.
- Le Corbusier. (2009). *Urbanismo*. 3ª ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes.
- Meggs, Philip B. e Purvis, Alston W. (2009). *História do Design Gráfico*. São Paulo: Cosac Naify.
- Redig, Joaquim. Não há cidadania sem informação, nem informação sem design. *InfoDesign: Revista Brasileira de Design da Informação*, n. 1. 2003. Disponível em: http://www.infodesign.org.br/v01/pdf/JRedig01-2004PdV_p47-56.pdf. Acesso em: 08 out. 2006.
- Royo, Javier. (2008). *Design Digital*. São Paulo: Edições Rosari.

Sobre os autores

Joy Till: arquiteta (USU-1986), é mestre em Design pela PUC-Rio (2005). Atua em projetos de comunicação visual, principalmente em design gráfico e projetos de hipermídia. Atualmente, é professora do curso de Design da PUC-Rio de disciplinas de projeto e mídia digital. Doutoranda em Urbanismo no PROURB/FAU/UFRJ, seus estudos mais recentes estão voltados para a comunicação visual no ambiente urbano e sua relação com a vida em rede.

falecom@joytill.com.br

Roberto Segre: arquiteto (1960) na FADU/UBA, Buenos Aires; Doutor em Ciências das Artes (1990), Universidade de Havana, Cuba; Doutor em Planejamento Regional e Urbano (1997), IPPUR, UFRJ. Doutor Honoris Causa, ISPJAE, Havana, (2007). Professor Titular Aposentado no DPA/FAU/UFRJ, e no PROURB/FAU/UFRJ; Professor Titular Consulto, Faculdade de Arquitetura, ISPJAE, Havana; Pesquisador 1B do CNPq (1995-2010). Coordenador do DOCOMOMO-Rio.

bobsegre@uol.com.br