

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**Luciano Hachmann Ferretto**

**POLUIÇÃO VISUAL URBANA:  
breve análise sobre a interferência da publicidade e a qualidade visual da  
Avenida Venâncio Aires**

**Porto Alegre**

**2007**

**Luciano Hachmann Ferretto**

**POLUIÇÃO VISUAL URBANA:**  
**breve análise sobre a interferência da publicidade e a qualidade visual da**  
**Avenida Venâncio Aires**

Monografia apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito para a graduação no curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof. Ms. Adriana C. B. Kowarick

**Porto Alegre**

**2007**

**Luciano Hachmann Ferretto**

**POLUIÇÃO VISUAL URBANA:**

**breve análise sobre a interferência da publicidade e a qualidade visual da  
Avenida Venâncio Aires**

Monografia apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito para a graduação no curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof. Ms. Adriana C. B. Kowarick

Aprovado em dezembro de 2007

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Ms. Adriana C. B. Kowarick  
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação – UFRGS

---

Prof. Dra. Ana Cláudia Gruszynski  
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação - UFRGS

---

Prof. Dra. Lara R. M. Espinosa  
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo - UFRGS

*As cidades falam, dizem-nos onde estamos e como podemos ir de um lugar para outro. Algumas falam com fluência, outras confundem. A facilidade ou a dificuldade de compreendê-las depende muito de suas formas, de possuírem configurações únicas, capazes de cunhar sua identidade.*

*Maria Elaine Kohlsdorf*

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo identificar a interferência da publicidade e das demais estruturas constituintes do espaço urbano na configuração da paisagem e sua possível contribuição para a poluição visual urbana. Aborda conceitos sobre paisagem urbana, poluição visual e percepção da forma, buscando os atributos visuais que serviram como base para a análise das cenas do objeto de estudo, a Avenida Venâncio Aires, em Porto Alegre.

**Palavras-chave:** Publicidade. Mídia-externa. Paisagem urbana. Poluição visual. Legibilidade. Atributos visuais.

## **ABSTRACT**

The purpose of this paper is to identify the interference of advertising and the other structures that compose urban space on the landscape configuration and their possible contribution for urban visual pollution. It approaches concepts on urban landscape, visual pollution and form perception, seeking the visual attributes that served as base to analyze the scenes of the object of study, Venâncio Aires Avenue, in Porto Alegre.

**Key words:** Advertising. Outdoor advertising. Urban landscape. Visual pollution. Legibility. Visual attributes.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 01:</b> Escala da cidade.....	18
<b>Figura 02:</b> Escala do setor.....	18
<b>Figura 03:</b> Escala do lugar.....	19
<b>Figura 04:</b> Escala do edifício.....	19
<b>Figura 05A:</b> Equilíbrio.....	24
<b>Figura 05B:</b> Instabilidade.....	24
<b>Figura 06A:</b> Simetria.....	24
<b>Figura 06B:</b> Assimetria.....	24
<b>Figura 07A:</b> Regularidade.....	25
<b>Figura 07B:</b> Irregularidade.....	25
<b>Figura 08A:</b> Simplicidade.....	25
<b>Figura 08B:</b> Complexidade.....	25
<b>Figura 09A:</b> Unidade.....	26
<b>Figura 09B:</b> Fragmentação.....	26
<b>Figura 10A:</b> Minimização.....	26
<b>Figura 10B:</b> Exagero.....	26
<b>Figura 11A:</b> Previsibilidade.....	27
<b>Figura 11B:</b> Espontaneidade.....	27
<b>Figura 12A:</b> Neutralidade.....	27
<b>Figura 12B:</b> Ênfase.....	27
<b>Figura 13A:</b> Transparência.....	28
<b>Figura 13B:</b> Opacidade.....	28
<b>Figura 14A:</b> Exatidão.....	28
<b>Figura 14B:</b> Distorção.....	28
<b>Figura 15A:</b> Planura.....	29
<b>Figura 15B:</b> Profundidade.....	29
<b>Figura 16A:</b> Singularidade.....	29
<b>Figura 16B:</b> Justaposição.....	29
<b>Figura 17A:</b> Agudeza.....	30
<b>Figura 17B:</b> Difusão.....	30
<b>Figura 18A:</b> Repetição.....	30

<b>Figura 18B:</b> Episodicidade.....	30
<b>Figura 19:</b> Mapa de Porto Alegre – séc. 19 e 20.....	33
<b>Figura 20:</b> Mapa de Porto Alegre – malha urbana atual.....	34
<b>Figura 21:</b> Quarteirão de análise.....	35
<b>Figura 22:</b> Cena 1 – vista frontal.....	36
<b>Figura 23:</b> Cena 2 – vista diagonal.....	37
<b>Figura 24:</b> Cena 3 – vista lateral.....	37
<b>Figura 25:</b> Cena 1 – publicidade.....	39
<b>Figura 26:</b> Cena 2 – publicidade.....	39
<b>Figura 27:</b> Cena 3 – publicidade.....	40
<b>Figura 28:</b> Cena 1 – aberturas.....	41
<b>Figura 29:</b> Cena 2 – aberturas.....	41
<b>Figura 30:</b> Cena 1 – recuos e altura.....	42
<b>Figura 31:</b> Cena 2 – recuos e altura.....	42
<b>Figura 32:</b> Cena 3 – recuos e altura.....	43
<b>Figura 33:</b> Cena 1 – fiação.....	43
<b>Figura 34:</b> Cena 2 – fiação.....	44
<b>Figura 35:</b> Cena 3 – fiação.....	44



## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	9
<b>1</b>	<b>PAISAGEM URBANA</b> .....	13
1.1	MORFOLOGIA DA PAISAGEM URBANA.....	13
1.2	PERCEPÇÃO DA PAISAGEM URBANA.....	16
<b>2</b>	<b>POLUIÇÃO VISUAL</b> .....	20
2.1	POLUIÇÃO VISUAL E LEGIBILIDADE.....	20
2.2	ATRIBUTOS VISUAIS.....	23
2.2.1	<b>Equilíbrio / Instabilidade</b> .....	24
2.2.2	<b>Simetria / Assimetria</b> .....	24
2.2.3	<b>Regularidade / Irregularidade</b> .....	25
2.2.4	<b>Simplicidade / Complexidade</b> .....	25
2.2.5	<b>Unidade / Fragmentação</b> .....	26
2.2.6	<b>Minimização / Exagero</b> .....	26
2.2.7	<b>Previsibilidade / Espontaneidade</b> .....	27
2.2.8	<b>Neutralidade / Ênfase</b> .....	27
2.2.9	<b>Transparência / Opacidade</b> .....	28
2.2.10	<b>Exatidão / Distorção</b> .....	28
2.2.11	<b>Planura / Profundidade</b> .....	29
2.2.12	<b>Singularidade / Justaposição</b> .....	29
2.2.13	<b>Agudeza / Difusão</b> .....	30
2.2.14	<b>Repetição / Episodicidade</b> .....	30
<b>3</b>	<b>AVENIDA VENÂNCIO AIRES</b> .....	32
3.1	HISTÓRICO.....	32
3.2	ANÁLISE.....	34
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	46
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	49

## INTRODUÇÃO

Com o grande crescimento e evolução das cidades, as necessidades de ação e comunicação do homem também se transformaram rapidamente, colocando no cenário novos elementos e reconfigurando outros. Segundo Oliveira (2003, p.15), o *“excesso e qualidade de informação oferecida aos usuários da cidade”* junto a esta nova situação de complexidade, são fatores que *“comprometem a mensagem final contida na paisagem urbana, constituindo ‘ruídos’ da mensagem visual pretendida os quais chamamos de poluição visual”*.

A discussão sobre poluição visual urbana, que nunca foi uma questão amplamente debatida, tem tomado grande força ultimamente, principalmente após a promulgação da polêmica “Lei Cidade Limpa”, que regulamenta a publicidade de rua – mídia exterior – na cidade de São Paulo. Polêmica à parte, sem entrarmos no mérito do conteúdo da lei, o ponto positivo dessa discussão foi a volta do assunto *poluição visual urbana* à agenda de debate.

Sem uma análise um pouco mais cuidadosa, o senso comum costuma apontar a publicidade como a grande vilã responsável pela poluição visual dos centros urbanos. Mas até que ponto podemos atribuir a responsabilidade da má qualidade visual das nossas cidades à publicidade e a propaganda? É a partir deste questionamento que surgiu a motivação para este trabalho.

A proposta aqui então é, de forma breve, concisa e objetiva, observar a interferência da publicidade na qualidade visual da paisagem urbana em relação aos outros elementos constituintes da paisagem, identificando-os e analisando-os com base nos mesmos critérios. Não abordaremos, portanto, a eficiência na transmissão ou a qualidade das mensagens publicitárias, mas sim a interferência dos elementos ou estruturas de publicidade e dos outros elementos ou estruturas urbanas na configuração e na qualidade visual da paisagem da cidade.

A metodologia utilizada na construção do trabalho foi, num primeiro momento, uma pesquisa bibliográfica que desse conta dos conceitos referentes ao tema e que

pudesse servir de base para a análise das cenas selecionadas. Buscou-se em autores como José Garcia Lamas (apud GABARDO, 2001), Kevin Lynch (apud GABARDO, 2001), Marta Adriana Bustos Romero (apud OLIVEIRA, 2003), Rudolf Arnheim (apud PORTELLA, 2003), Donis A. Dondis (2000), João Gomes Filho (2004), Camila Faccioni Mendes (2006), Leonardo Pinto de Oliveira (2003), Adriana Araújo Portella (2003), Marta Maria Bertan Sella Gabardo (2001), Célia Ferraz de Souza e Dóris Maria Müller (1997), conceitos sobre paisagem urbana, poluição visual e percepção da forma, além de uma breve reconstituição histórica da evolução urbana de Porto Alegre, mais especificamente da avenida Venâncio Aires, via escolhida para a análise.

O próximo passo foi o levantamento de campo, através da técnica fotográfica. São três cenas fotografadas de pontos de vista diferentes. Uma vista frontal do trecho escolhido, uma vista diagonal e uma vista lateral. Para a cena frontal foram utilizadas cinco fotografias, unidas lado a lado, usando um software de edição de imagem (Photoshop) – mantendo escalas e tamanhos, e sem a adição ou remoção de elementos da cena – a fim de evitar o uso de lentes panorâmicas que distorceriam a imagem, causando prejuízo à análise. As outras duas cenas são compostas por uma fotografia cada e não necessitaram de qualquer edição de imagem.

Com as três cenas definidas e as imagens prontas, partiu-se então para a análise. Definiram-se quatro elementos ou estruturas que mais se destacavam na paisagem – a publicidade, as aberturas das fachadas dos edifícios, a fiação elétrica e telefônica e os recuos e alturas dos edifícios – que foram identificados nas imagens utilizando um software de desenho vetorial (Freehand). Com base nos conceitos de percepção da forma, atributos visuais ou técnicas de comunicação visual – assim chamados por Dondis (2000) – foram feitas as análises dos elementos identificados.

O trabalho é dividido em três capítulos. O primeiro capítulo, que traz definições sobre paisagem urbana, é dividido em duas partes. A primeira parte aborda a morfologia da paisagem. A paisagem urbana como *“a roupagem com a qual a cidade se apresenta aos seus habitantes”* (SILVA, apud MENDES, 2006,

p.35). As estruturas que constituem o cenário urbano, como: solo, edifício, lote, quarteirão, fachada, traçado, praça, monumento, vegetação, mobiliário urbano (LAMAS, apud GABARDO, 2001). Os elementos fixos, semifixos (publicidade e comércio ambulante) e móveis da paisagem (MENDES, 2006). Os diferentes tipos de publicidade de rua, ou mídia exterior: publicidade de identificação, de cooperação, de divulgação, móvel ou de mobiliário urbano (MENDES, 2006).

A segunda parte do capítulo um, trata sobre a percepção da paisagem urbana, de como ela é apreendida pelo usuário da cidade. A paisagem urbana como a *“percepção individual, espacial e temporal da composição de todos os elementos da cidade”* (MENDES, 2006, p.35). Os elementos definidores da *imagem da cidade* (LYNCH, apud GABARDO, 2001): vias, limites, bairros, pontos nodais e marcos. E as diferentes *escalas de percepção* (ROMERO, apud OLIVEIRA, 2003) em que observamos a paisagem: escala da cidade, do setor, do lugar e do edifício.

O segundo capítulo, também dividido em duas partes, aborda os conceitos sobre poluição visual e percepção da forma. Este é um capítulo importante na medida em que procuramos afastar a subjetividade na definição de qualidade visual para obtermos critérios objetivos para a análise da paisagem. Na primeira parte, portanto, trata dos conceitos de qualidade, poluição visual e legibilidade da paisagem. A qualidade visual intimamente ligada ao grau de ordenamento da composição formal. A poluição visual como ruído na leitura da paisagem urbana. As características das *“qualidades da forma”* definidas por Lynch (apud MENDES, 2006) e que definem a legibilidade da paisagem: singularidade, simplicidade, continuidade, domínio, clareza de junção, diferenciação direcional, alcance visual, consciência do movimento, séries temporais e nomes e significados.

A segunda parte do capítulo dois trata, exclusivamente, dos atributos visuais descritos por Dondis (2000), e que são os conceitos que servem de base para a análise das cenas selecionadas para o trabalho. Segundo Dondis (2000), é através da energia dessas técnicas de comunicação visual, fundamentadas muito nas teorias da percepção da forma da *Gestalt*, que as composições visuais adquirem forma. Essas técnicas se constituem sempre numa relação de opostos, mas não mutuamente excludentes. Os atributos descritos e exemplificados posteriormente

são: equilíbrio / instabilidade; simetria / assimetria; regularidade / irregularidade; simplicidade / complexidade; unidade / fragmentação; minimização / exagero; previsibilidade / espontaneidade; neutralidade / ênfase; transparência / opacidade; exatidão / distorção; planura / profundidade; singularidade / justaposição; agudeza / difusão; repetição / episodicidade.

Assim como os dois primeiros, o terceiro capítulo também é subdividido em duas partes. Na primeira, fazemos uma breve reconstituição histórica da evolução urbana de Porto Alegre e da Avenida Venâncio Aires, destacando alguns aspectos relevantes pelos quais a via foi escolhida como objeto de análise deste trabalho: a sua localização dentro da malha urbana, funcionando como um importante eixo de ligação, e as características de uso do solo, que ajudam a definir características dos edifícios, por exemplo.

A segunda parte do capítulo três é a análise propriamente dita. Num primeiro momento temos a definição do trecho da Avenida Venâncio Aires – o quarteirão situado entre as ruas Jacinto Gomes e Augusto Pestana – selecionado por representar bem as principais características da via: de localização e uso do solo. A seguir, identificamos as três cenas de análise a partir de diferentes pontos de vista e escalas de percepção (ROMERO, apud OLIVEIRA, 2003): a *cena 1*, uma vista frontal de todo o quarteirão em escala do edifício; a *cena 2*, uma vista diagonal do trecho em escala do setor; e a *cena 3*, uma vista lateral do quarteirão, também em escala do setor. Os atributos visuais (DONDIS, 2000), a partir daí, são identificados em quatro estruturas diferentes em cada uma das cenas: os elementos de publicidade; as aberturas das fachadas dos edifícios; a fiação da rede elétrica e telefônica; e os recuos e alturas dos edifícios. As imagens analisadas, então, aparecem posteriormente aos comentários textuais em que foram referenciadas.

Por fim, apresentamos algumas considerações sobre os resultados obtidos na análise das cenas, procurando responder ao nosso questionamento inicial sobre a interferência da publicidade na qualidade visual da cidade, em relação aos outros elementos constituintes da paisagem urbana.

## 1 PAISAGEM URBANA

Qualquer estudo sobre qualidade visual de centros urbanos passa, obrigatoriamente, pela definição e caracterização da paisagem urbana. É através da paisagem que o usuário enxerga a cidade e todos os elementos constituintes do cenário urbano. É nela que identificamos a qualidade ou poluição visual, ponto central deste trabalho.

### 1.1 MORFOLOGIA DA PAISAGEM URBANA

O processo de urbanização e o modo como as cidades tomam forma é bastante complexo e diversificado. Cada centro urbano começa a se desenvolver a partir de motivações específicas e é configurado por diversos elementos que, não só fazem parte do cenário urbano, como o transformam constantemente. A paisagem urbana é constituída a partir desses elementos que configuram a cidade e pode ser comparada, segundo José Afonso da Silva (apud MENDES, 2006, p.35), “à *roupagem com a qual a cidade se apresenta aos seus habitantes*”.

Para compreendermos a paisagem urbana então, é essencial que identifiquemos os elementos que a configuram. José Garcia Lamas (apud GABARDO, 2001, p.95) classifica como principais constituintes do espaço urbano as seguintes estruturas:

- a) **solo**: revestimentos e pavimentação, bem como as características topográficas que constituem a base do terreno onde o desenho da cidade será configurado;
  
- b) **edifícios**: ou elementos mínimos. Organizam o espaço urbano em áreas identificáveis como ruas, avenidas, praças, etc. Sua tipologia marca características de determinadas épocas assim como os mecanismos de uso e ocupação do solo;

- c) **lote**: marca a ligação entre os edifícios, o solo e seu entorno. É determinante na forma do edifício e na configuração da cidade. Estabelece a relação entre público e privado. Determinante também, em função do preço ou valorização, na distribuição dos usuários da cidade;
- d) **quarteirão**: espaço definido por três ou mais vias e subdividido em lotes onde serão construídas as edificações. Estrutura ligada ao traçado da cidade e a divisão fundiária;
- e) **fachada**: é determinante na relação do edifício com o espaço urbano. Expressam as características do edifício e um conjunto de elementos que vão formar a imagem da paisagem urbana;
- f) **traçado**: ruas, avenidas, travessas das cidades. Elemento claramente identificável na projeção e leitura da cidade. Por onde a cidade e suas partes se interligam;
- g) **praça**: lugar que pressupõe uma forma e programa de utilização. Pode servir como espaço de práticas sociais, circulação, ponto de encontro ou permanência, acontecimentos, movimentos sociais, etc;
- h) **monumento**: elemento que constitui um *“fato urbano singular pela sua localização, configuração e significado na cidade”* (GABARDO, 2001, p.97). Geralmente são obras de arte ou fazem parte do patrimônio histórico. Determinante na imagem da cidade;
- i) **vegetação**: árvores, jardins, canteiros, etc. Também são elementos que ajudam a definir a imagem da cidade, organizar, definir e delimitar espaços;
- j) **mobiliário urbano**: equipamentos da cidade: lixeiras, paradas de ônibus, bancos, sinalização, postes, fiação, etc.

Mendes (2006, p.35) classifica todas essas estruturas identificadas por Lamas como elementos **fixos**, e vai além, observando ainda mais duas categorias

constituintes da paisagem urbana: os elementos **semifixos** (caracterizados pela publicidade e o comércio ambulante) e os elementos **móveis** (caracterizados por pessoas, animais, bicicletas, automóveis, aviões, helicópteros, etc.). Como este trabalho pretende analisar a interferência da publicidade na paisagem, em comparação aos demais elementos que a configuram, é importante identificarmos quais tipos de elementos publicitários encontramos na cidade, e que poderão aparecer nas cenas estudadas.

A **publicidade** aparece como elemento constituinte da cena urbana através do que chamamos de **mídia exterior** ou *mídia externa*, termo que vem do inglês “*outdoor advertising*”, ou numa tradução literal, “*publicidade ao ar livre*”. Aqui cabe uma observação para evitar confusão: no Brasil, o termo “*outdoor*” é utilizado para definir apenas um tipo de mídia externa (painel de 9m x 3m), como veremos a seguir. Entende-se por mídia exterior toda a publicidade visível no espaço público, e que pode ser classificada, segundo suas características e funções, da seguinte forma (MENDES, 2006, p.51):

- a) **identificação**: serve para identificar as atividades exercidas em determinado local, como as fachadas comerciais das lojas;
- b) **cooperação**: divulga produtos ou serviços, no espaço interno ou externo de estabelecimentos que os comercializam. Pode ser, por exemplo, um cartaz de uma determinada marca de cerveja num bar;
- c) **divulgação**: suportes exclusivamente destinados à publicidade, em espaços públicos ou privados. Mídia exterior “out of home”, “fora do ponto de venda”. Por exemplo: outdoor, frontlight, etc.;
- d) **móvel**: é veiculado em suportes móveis, como ônibus, carros, táxis, dirigíveis helicópteros, caminhões. Exemplo: busdoor, laterais de caminhões, etc.;
- e) **mobiliário urbano**: instalado em equipamentos como abrigos de ônibus, sanitários públicos, lixeiras, cercas de árvores, telefones públicos.



A paisagem urbana, portanto, surge das diversas combinações e relações entre todos os elementos descritos até aqui e é a partir dela que o usuário percebe a cidade.

## 1.2 PERCEPÇÃO DA PAISAGEM URBANA

O que vimos até aqui foi a descrição e identificação dos principais elementos constituintes da paisagem urbana, que servirão para a análise da qualidade visual da mesma. Porém, a cidade não é apreendida pelo seu usuário apenas pela simples adição dessas estruturas físicas, mas sim através da percepção da paisagem urbana e a relação entre os elementos que a constituem. Segundo Kevin Lynch (apud GABARDO, 2001, p.87-88), essa percepção dos elementos se faz a partir da imagem que a cidade produz. Segundo ele, os usuários da cidade formulam uma espécie de *mapa cognitivo* da **imagem da cidade** que resulta tanto das características físicas do cenário urbano quanto das interpretações pessoais do indivíduo. Para Lynch (apud GABARDO, 2001, p.87-88) os principais elementos físicos definidores desta imagem da cidade são:

- a) **vias**: canais de deslocamento (ruas, calçadas, etc.). Por onde o observador se move;
- b) **limites**: determinam regiões e lhes conferem identidade (rios, praias, ferrovias, muros, encostas, etc.). Caracterizados como referências secundárias;
- c) **bairros**: regiões que possuem características específicas e identificáveis tanto para quem está dentro como para quem está fora dos seus limites. Tem um caráter comum de identificação para o observador;
- d) **pontos nodais**: localizados em áreas de ligação ou transição entre regiões e caminhos de diferentes características e grande relevância da cidade (praças, cruzamentos, esquinas, etc.);

e) **marcos**: elementos referenciais imagéticos para o observador, dentro ou fora do perímetro urbano (estátuas, sinais gráficos, montanhas, edifícios, etc.).

Ainda segundo Lynch (apud MENDES, 2006, p.37), mesmo que possamos desmembrar e classificar os elementos dessa forma, é preciso ter em mente que eles não podem ser percebidos isoladamente e só existem verdadeiramente quando integrados. A escolha da av. Venâncio Aires – especialmente o trecho selecionado – como objeto de estudo deste trabalho, passa muito pela identificação de alguns desses elementos.

Seguindo nesta linha, Mendes (2006, p.35) define paisagem urbana como a “*percepção individual, espacial e temporal da composição de todos os elementos – fixos (edificações, árvores, pavimentação, ruas, etc.), semifixos (anúncios, comércio ambulante) e móveis (automóveis, pessoas, etc.) – da cidade*”. Segundo ela, a integração desses elementos – que pode se dar de forma estática ou dinâmica – interfere na composição das diferentes paisagens. A paisagem urbana então é o resultado da associação e relação dos elementos que a constituem, ou em suas palavras:

*A paisagem aparece, assim, como resultado da percepção individual e temporal dos elementos físicos do espaço urbano. É um quadro dinâmico e pessoal, construído conforme os percursos do observador. (MENDES, 2006, p.37)*

Romero (apud OLIVEIRA, 2003, p.44) observa ainda que o usuário da cidade pode, portanto, a partir desses diferentes percursos, fazer a leitura do cenário urbano através de diferentes **escalas de percepção** que definem o quadro ou o campo visual da paisagem. Essa classificação funciona como

*uma espécie de zoom que se inicia com a visão panorâmica da grande massa urbana, termina no edifício e utiliza como parâmetro o grau de proximidade do usuário na sua interação com o ambiente construído. (ROMERO apud OLIVEIRA, 2003, p.44)*

A escala definida por Romero (apud OLIVEIRA, 2003, p.45) tem como base as relações espaciais entre largura (W), altura (H) e profundidade de campo (P). O

“plano frontal” ( $W_{cp} \times H_{cp}$ ) define o “campo visual”, o “plano de fundo” ( $W_f \times H_f$ ) define a amplitude do “foco”, ambos ligados pela “profundidade” ( $P$ ) definindo assim os “planos laterais, base e cobertura”.

Essa diferenciação de escalas é importante na medida em que a relação entre os elementos que constituem a paisagem e o observador é completamente distinta em cada uma delas. As etapas da classificação proposta por Romero (apud OLIVEIRA, 2003, p.44) são:

- a) **escala da cidade:** macro-escala da grande dimensão das estruturas urbanas – “*perspectiva da grande forma física e organizacional, a variedade ambiental, o macro sistema de transporte e circulação e a permanência e continuidade do construído*”. Planos base e cobertura evidenciados;

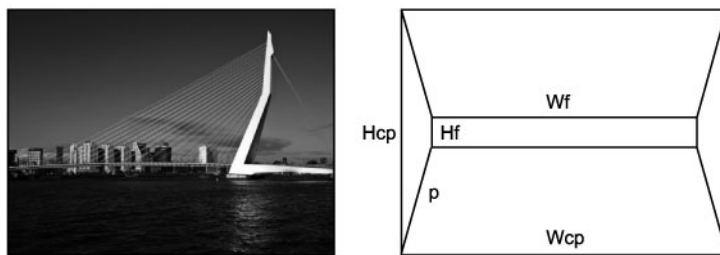


Figura 01: escala da cidade. (foto: [www.gettyimages.com](http://www.gettyimages.com))

- b) **escala do setor:** escala intermediária da área ou do sítio – “*as relações morfológicas e respectivas respostas ambientais, a acessibilidade, a homogeneidade, a funcionalidade, etc*”. Planos laterais evidenciados, proporcionais aos planos base e cobertura;

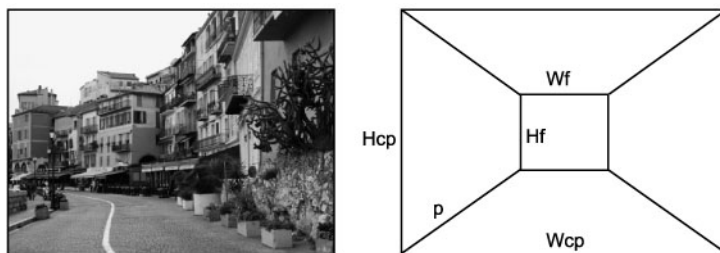
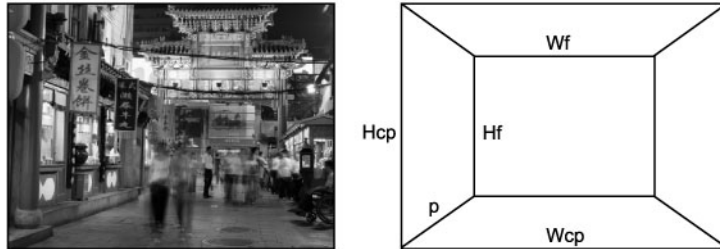


Figura 02: escala do setor. (foto: [www.gettyimages.com](http://www.gettyimages.com))

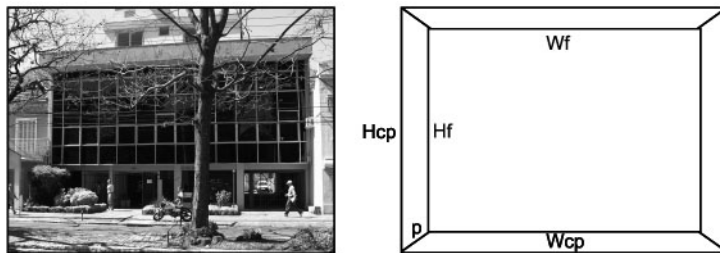
- c) **escala do lugar:** micro-escala de dimensões específicas do lugar – “*confere identidade ao espaço otimizando as relações pessoais especificando*”

as funções, caracterizando-o esteticamente e promovendo sensações entre o indivíduo e o todo”. Todos os planos são proporcionais;



**Figura 03:** escala do lugar. (foto: [www.gettyimages.com](http://www.gettyimages.com))

d) **escala do edifício:** micro-escala de dimensões específicas do edifício – “promove as sensações do indivíduo e do objeto”. Plano de fundo muito próximo do plano frontal.



**Figura 04:** escala do edifício.

Outra variável igualmente relevante aqui é o *tempo* de observação que o usuário da cidade tem durante o seu percurso. Cada paisagem urbana, a partir de sua escala de percepção, demanda uma quantidade de tempo para que todos os elementos que a constituem sejam percebidos e apreendidos sem ruídos pelo observador. Para Oliveira (2003, p.48)

*vimos aqui um dos maiores equívocos relacionados à programação visual do espaço urbano. A disposição e/ou a quantidade de elementos presentes no espaço é displicente quanto ao tempo necessário à leitura de acordo com a velocidade de locomoção do observador.*

Como podemos perceber, começamos a partir daqui a discussão sobre a qualidade visual da paisagem urbana. Antes, porém, se faz necessária uma definição clara sobre o conceito de qualidade visual, ou de poluição visual, para o prosseguimento com uma base objetiva de análise.

## 2 POLUIÇÃO VISUAL

Como vimos até aqui, a apreensão da cidade ou dos elementos que constituem a paisagem urbana se passa através da percepção dos usuários da cidade. Cada indivíduo pode ter uma noção diferente do que é qualidade visual, do que acha feio ou bonito, do que o chama a atenção ou do que lhe é indiferente. A definição de poluição visual é importante e indispensável para nos afastarmos dessa subjetividade e assim termos critérios objetivos para a análise da qualidade visual da paisagem urbana.

### 2.1 POLUIÇÃO VISUAL E LEGIBILIDADE

Os conceitos de legibilidade da paisagem urbana e poluição visual estão intimamente ligados à percepção individual e temporal dos usuários do espaço urbano. Ainda assim, alguns princípios compositivos são universais e de alguma forma semelhantes para todos os indivíduos.

Arnheim (apud OLIVEIRA, 2003, p.24) diz que

*[...] a percepção não pode se limitar ao que os olhos registram do mundo exterior. Um ato perceptivo não se dá nunca isolado, é somente a fase primária de uma corrente de inúmeros atos similares, resgatando o passado registrado na memória. De modo semelhante, as experiências atuais, armazenadas e construídas como produto do passado, pré-condiciona a percepção do futuro. Portanto, a percepção no seu mais amplo sentido, deve incluir as imagens mentais e sua relação com a observação sensorial direta.*

Mesmo tendo consciência desta relativização, podemos afirmar através do próprio Arnheim (apud PORTELLA, 2003, p.30) que um fator imprescindível para que qualquer composição formal possa ser apreendida e reconhecida como positiva pelo indivíduo é a presença de algum grau de ordenamento. Seguindo nesta linha Donis A. Dondis (2000, p.32) acrescenta:

*A mais importante influência tanto psicológica como física sobre a percepção humana é a necessidade que o homem tem de equilíbrio, de ter seus dois pés firmemente plantados sobre o solo e saber que permanecerá ereto em qualquer circunstância, em qualquer atitude, com certo grau de certeza. O equilíbrio é, então, a referência visual mais forte e firme do homem, sua base consciente e inconsciente para avaliações visuais.*

Podemos pensar então que, mesmo que individual e temporal, sem dúvida existe algum fator comum na percepção das composições visuais. Portella (2003, p.31), através de Weber e Kaplan, reforça esta idéia de que existem princípios compositivos e de organização comuns na percepção do ser humano ao afirmar que

*[...] embora o processo de percepção das composições formais, relativas aos espaços urbanos, envolva aspectos relativos ao aprendizado, bem como à personalidade, à experiência prévia e à cultura do indivíduo, o processo fisiológico de organização perceptiva é autônomo e, portanto, independente de tais influências (WEBER). Além disso, embora os propósitos humanos possam diferir de indivíduo ou de grupo para grupo, há aqueles, os quais representam um consenso entre a maioria, sendo o sentido de ordem, e, conseqüentemente de qualidade visual, um desses (KAPLAN).*

Assim é possível afirmar que a qualidade visual está diretamente relacionada com o grau de ordenamento dos elementos de uma composição. Ainda segundo Arnheim (apud PORTELLA, 2003, p.31), locais onde não se encontram nenhum fator de coerência, estrutura ou tema semântico formal são locais de baixa qualidade visual, ou seja, poluição visual.

Para Lynch (apud MENDES, 2006, p.39), a percepção e apreensão do espaço urbano pelos seus usuários são indispensáveis para sua utilização da forma mais adequada possível. E isso está ligado diretamente à identificação, organização e estruturação dos elementos que o constituem. A qualidade do espaço ou da paisagem urbana depende da clareza e organização dos elementos, que assim são mais facilmente identificados. Nos níveis atuais de organização, ou melhor, desorganização e excesso de elementos e informação visual dos centros urbanos, essa leitura da cidade fica extremamente prejudicada.

Lynch (apud MENDES, 2006, p.38) estabelece alguns conceitos, aos quais chama de “qualidades da forma”, referentes à **legibilidade** e compreensão das

paisagens urbanas. Essas definições procuram identificar algumas características básicas de uma paisagem de fácil leitura e apreensão. São elas:

- a) **singularidade**: formas únicas, diferenciáveis e facilmente identificáveis são importantes para evitar que os elementos se confundam na paisagem;
- b) **simplicidade**: a paisagem é percebida em movimento, portanto, formas geométricas mais simples (círculo, quadrado, retângulo) são reconhecidas mais facilmente, evitando a distorção possível na percepção de formas mais complexas;
- c) **continuidade**: elementos que se repetem continuamente se tornam lineares e podem servir de guias na indicação de caminhos e trajetos;
- d) **predomínio**: elementos hierarquicamente organizados permitem uma leitura e compreensão mais clara da mensagem ou da paisagem urbana;
- e) **clareza de junção**: é necessário que os elementos que compõe a paisagem (vias, bairros, pontos nodais, por exemplo) se interliguem de forma clara, bem constituída e identificável;
- f) **diferenciação direcional**: é importante que existam elementos que identifiquem e indiquem a etapa do caminho que se está percorrendo;
- g) **alcance visual**: elementos da paisagem urbana que, dispostos de tal maneira, formam um panorama;
- h) **consciência do movimento**: dependendo da forma como o observador se movimenta e utiliza o espaço, a paisagem urbana é percebida de maneira diferente;
- i) **séries temporais**: seqüência formada pelos elementos, dispostos de maneira tal que formam uma harmonia ao longo do trajeto;

j) **nomes e significados**: elementos não físicos (como nomes de ruas, marcos, praças) que facilitam a identificação e orientação dos usuários.

Podemos dizer, portanto, que temos poluição visual quando a leitura da paisagem e dos elementos que a constituem está comprometida. Oliveira (2003, p.42), nesta linha de pensamento, afirma que “*a Poluição Visual Urbana é aquela que suja, corrompe e desqualifica a leitura visual da cidade*”. O excesso de informações visuais causa ruído na transmissão das mensagens da paisagem urbana, como na simples leitura de um nome de rua ou na tentativa de se localizar dentro de um bairro. Para Vargas (apud OLIVEIRA, 2003, p.41) a poluição visual leva à perda de referencial e pode passar a sensação de insegurança.

## 2.2 ATRIBUTOS VISUAIS

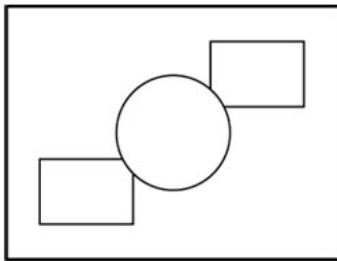
Como vimos anteriormente, a qualidade visual de uma cena está intimamente ligada ao grau de ordenamento e legibilidade das estruturas que a constituem. Assim, a identificação dos elementos poluidores da paisagem urbana, ponto central deste trabalho, será feita através dos atributos visuais ou técnicas de comunicação visual explanadas por Dondis (2000) a partir das leis da teoria da percepção da forma da *Gestalt*, que discorre sobre os “*princípios da organização perceptiva, o processo da configuração de um todo a partir das partes*” (DONDIS, 2000, p.22). Segundo fundamentação teórica da *Gestalt* (GOMES FILHO, 2004, p.19), o cérebro humano percebe relações, nunca partes isoladas. A percepção final é fruto da sensação geral, das partes interdependentes formando o todo.

Para Dondis (2000, p.24) essas “*técnicas são os agentes no processo de comunicação visual; é através de sua energia que o caráter de uma solução visual adquire forma*”. Os atributos se manifestam sempre em uma relação de polarização com seu oposto, e podem contribuir de forma positiva ou negativa, favorecendo ou não, a configuração de uma composição visual – no caso aqui, uma cena urbana – de boa qualidade visual. As principais técnicas observadas por Dondis (2000) e que poderão servir aqui para a avaliação da paisagem são as descritas a seguir.

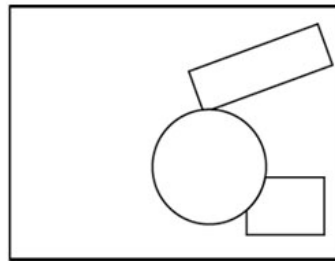


### 2.2.1 Equilíbrio / Instabilidade

Faz parte da natureza humana manter-se equilibrado, ou tender ao equilíbrio. Toda imagem possui seu centro de gravidade, que pode ser calculado e é reconhecido intuitivamente. Seu oposto é a instabilidade, muito mais provocadora e inquietante.



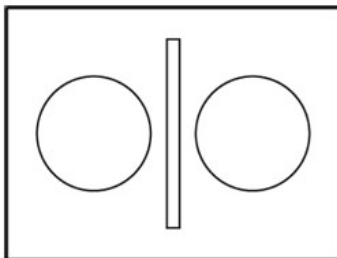
**Figura 05A:** equilíbrio



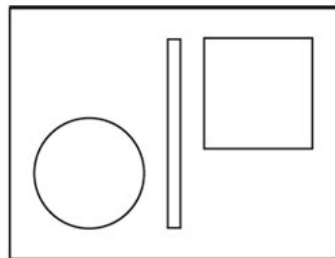
**Figura 05B:** instabilidade

### 2.2.2 Simetria / Assimetria

Atributo intimamente ligado ao equilíbrio. Simetria ocorre quando ambos os lados de uma imagem dividida por um eixo central são iguais, é equilíbrio axial. Assimetria é o seu oposto, pode alcançar equilíbrio por compensação.



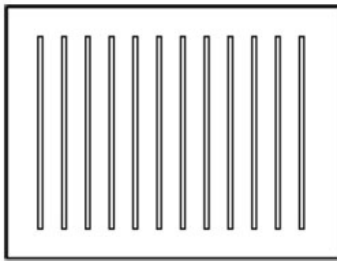
**Figura 06A:** simetria



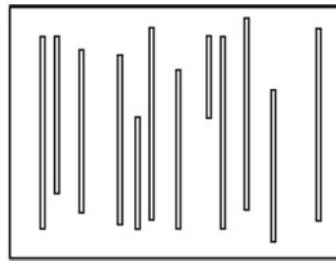
**Figura 06B:** assimetria

### 2.2.3 Regularidade / Irregularidade

A regularidade é constituída a partir de uma ordem baseada em um princípio ou método constante e invariável, enquanto seu oposto, a irregularidade, se apresenta pelo inesperado, sem qualquer padrão regular.



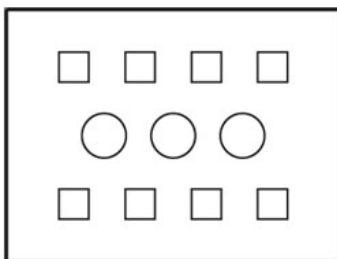
**Figura 07A:** regularidade



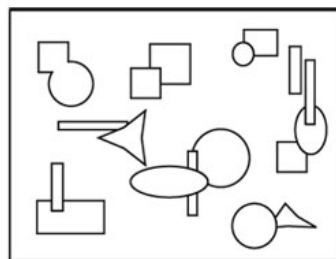
**Figura 07B:** irregularidade

### 2.2.4 Simplicidade / Complexidade

Simplicidade se caracteriza pela ordem e pela uniformidade da forma elementar, sem complicações. Complexidade se configura através de inúmeras unidades e forças elementares que constituem uma organização de difícil apreensão de padrão ou significado.



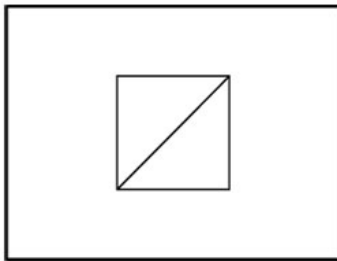
**Figura 08A:** simplicidade



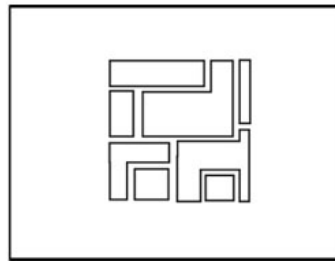
**Figura 08B:** complexidade

### 2.2.5 Unidade / Fragmentação

Técnica semelhante à simplicidade / complexidade. Temos unidade quando percebemos diversos elementos numa totalidade, como uma única coisa. Na fragmentação, ao contrário, percebemos a decomposição dessa totalidade em peças com caráter individual, mas que se relacionam entre si.



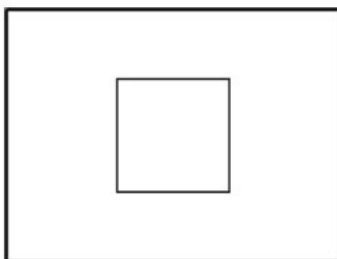
**Figura 09A:** unidade



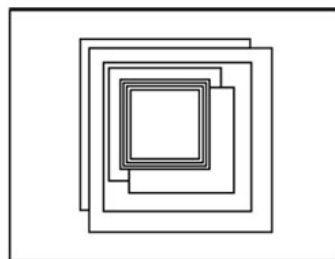
**Figura 09B:** fragmentação

### 2.2.6 Minimização / Exagero

Através da minimização procura-se obter do observador a máxima resposta a partir de elementos mínimos. É o oposto do exagero, onde se procura eficácia visual através do uso abundante, extravagante, intenso e amplificado dos elementos.



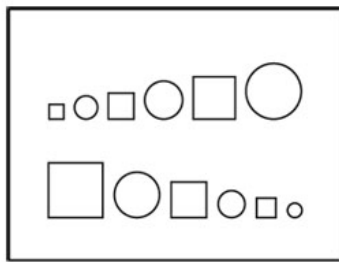
**Figura 10A:** minimização



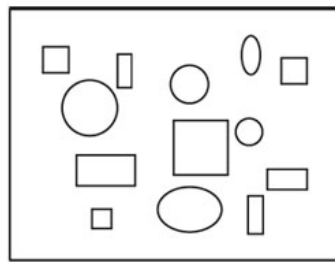
**Figura 10B:** exagero

### 2.2.7 Previsibilidade / Espontaneidade

Previsibilidade tem relação com regularidade. Técnica que permite prever toda a mensagem visual através da experiência, razão ou observação. Na espontaneidade, em contrapartida, parece haver uma falta de planejamento na utilização dos elementos. Técnica impulsiva, livre e emocional.



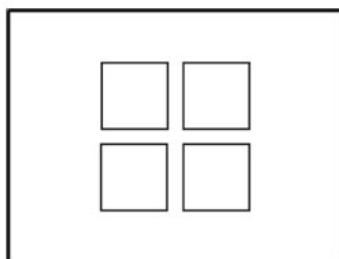
**Figura 11A:** previsibilidade



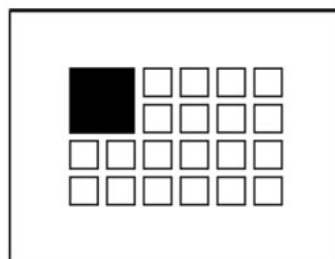
**Figura 11B:** espontaneidade

### 2.2.8 Neutralidade / Ênfase

Neutralidade pressupõe uma configuração visual nem um pouco provocadora onde nenhum elemento tem destaque especial. A ênfase ocorre quando existe um elemento destacadamente realçado em relação a uma base uniforme.



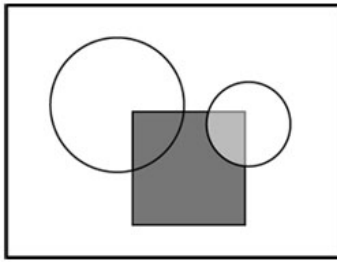
**Figura 12A:** neutralidade



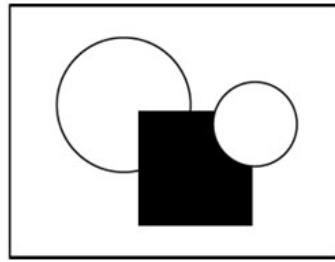
**Figura 12B:** ênfase

### 2.2.9 Transparência / Opacidade

Na transparência temos elementos sobrepostos que nos permitem enxergar os que estão encobertos. Com opacidade estes elementos sobrepostos ocultam os elementos encobertos.



**Figura 13A:** transparência



**Figura 13B:** opacidade

### 2.2.10 Exatidão / Distorção

A exatidão é a técnica que procura reproduzir com realismo nossa experiência visual, é a técnica natural da câmera. Distorção é justamente a adulteração deste realismo, o desvio da forma verdadeira.



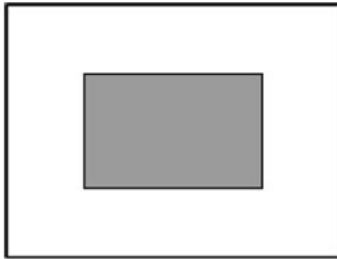
**Figura 14A:** exatidão



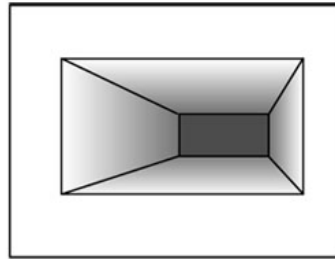
**Figura 14B:** distorção

### 2.2.11 Planura / Profundidade

Atributos que se definem basicamente pela ausência ou uso da perspectiva, pela percepção ou não de profundidade.



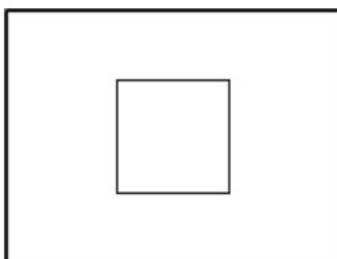
**Figura 15A:** planura



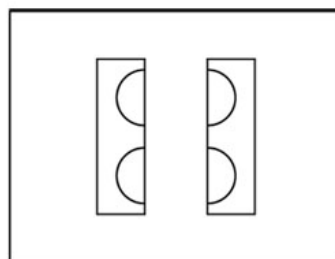
**Figura 15.B:** profundidade

### 2.2.12 Singularidade / Justaposição

Singularidade propõe uma ênfase em um elemento ou tema isolado e independente. Justaposição propõe uma interação entre estímulos visuais estabelecendo uma comparação das relações criadas entre eles.



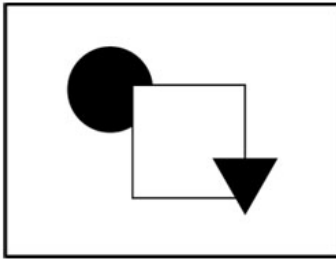
**Figura 16A:** singularidade



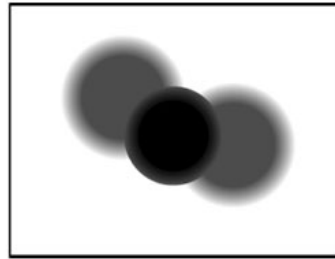
**Figura 16B:** justaposição

### 2.2.13 Agudeza / Difusão

A principal característica da agudeza é o uso de contornos rígidos, constituindo elementos sólidos e de fácil identificação. Na difusão, ao contrário, a preocupação está mais em criar uma atmosfera sentimental e suave do que uma forma precisa e clara.



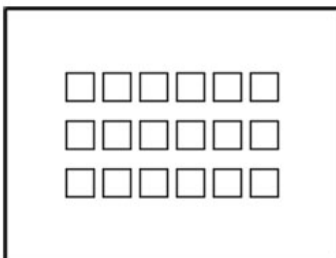
**Figura 17A:** agudeza



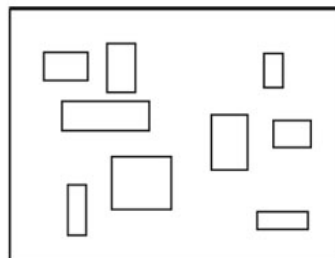
**Figura 17B:** difusão

### 2.2.14 Repetição / Episodicidade

Repetição pressupõe conexões visuais ininterruptas, um elemento que aparece várias vezes regularmente. Na episodicidade há desconexão, ou conexões muito frágeis, valorizando a qualidade individual das partes sem abandonar o significado geral do todo.



**Figura 18A:** repetição



**Figura 18B:** episodicidade

É importante destacar que esses atributos visuais, quando utilizados intencionalmente como técnicas de comunicação visual, não são essencialmente definidores da boa ou má qualidade visual de uma composição formal.

Ao tratarmos de paisagem urbana, contudo, os conceitos relativos à legibilidade vistos em Lynch (apud MENDES, 2006) são fundamentais e, conseqüentemente, os atributos relacionados a esses conceitos também. Se a qualidade visual da paisagem urbana está diretamente ligada ao grau de ordenamento dos elementos e à legibilidade da cena, podemos observar que alguns atributos podem indicar características positivas ou negativas na sua configuração. Paisagens complexas e irregulares, por exemplo, exigem muito mais esforço para serem lidas e apreendidas corretamente, podendo levar a um quadro de poluição visual.

A análise dos elementos que configuram as cenas da paisagem urbana escolhidas, portanto, será feita a partir desses atributos observados por Dondis (2000) e descritos até aqui.



### 3 AVENIDA VENÂNCIO AIRES

Definidos os conceitos que nortearão a observação da paisagem, podemos a partir daqui seguir com a análise das cenas escolhidas. Antes, porém, se faz necessária uma breve descrição da evolução urbana de Porto Alegre e da configuração da via para compreendermos sua relevância no contexto geral da cidade e como objeto de estudo deste trabalho.

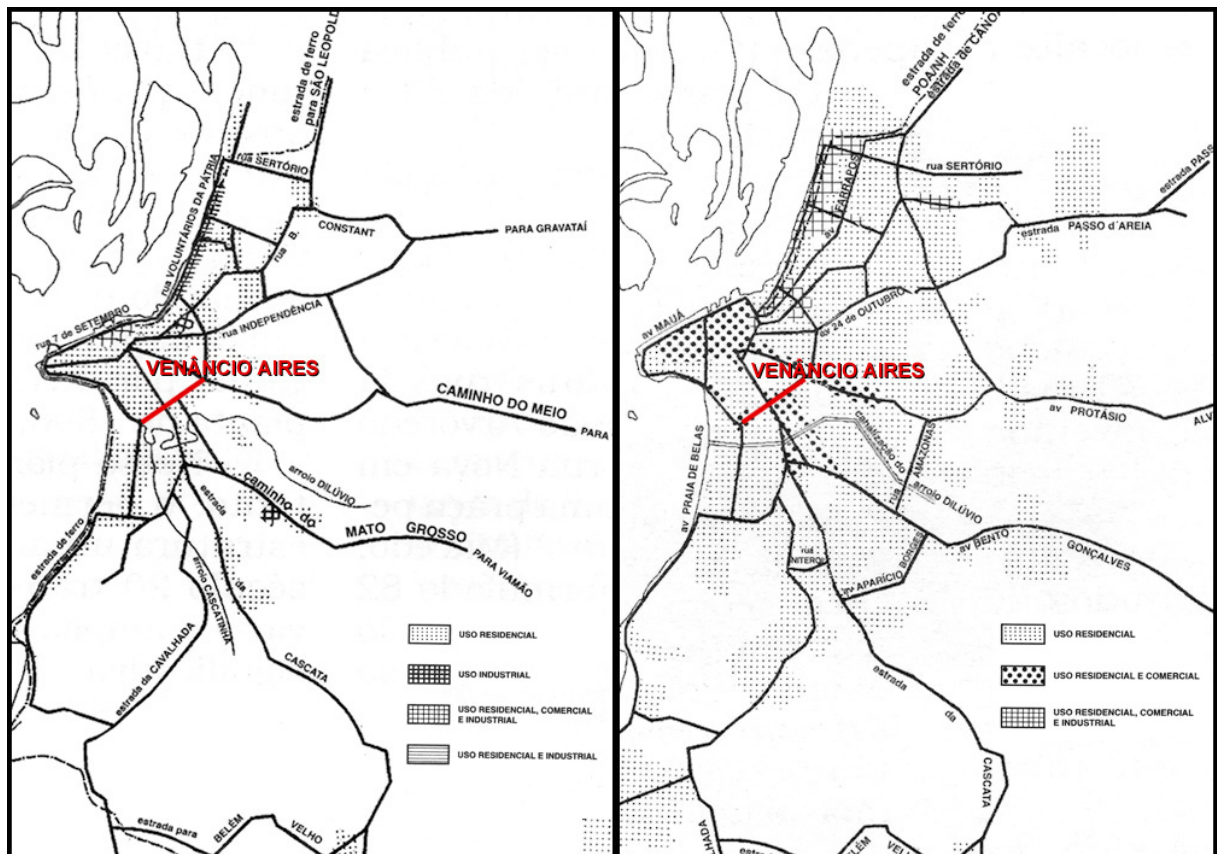
#### 3.1 HISTÓRICO

A partir de 1845, com o fim da Guerra dos Farrapos e a destruição das muralhas que protegiam o núcleo da cidade, Porto Alegre começa sua fase real de expansão, do centro para os bairros, ganhando equipamentos urbanos equivalentes ao seu rápido desenvolvimento (SOUZA e MÜLLER, 2007). Com a grande concentração populacional estabelecida na península central, o crescimento e expansão da cidade se dá a partir de eixos de acesso que tem como ponto convergente justamente o centro da cidade. Esta configuração radial da malha urbana permanece até hoje. É uma teia constituída por grandes caminhos ou eixos radiais que partem da península central para diversas regiões da cidade e que são interligados por outros caminhos ou eixos perimetrais principais. Dentro desta estrutura base se constituem outros caminhos secundários, configurando assim a malha viária da cidade.

Segundo Souza e Müller (2007), em fins do século 19, um desses eixos de acesso tinha por geratriz a rua Voluntários da Pátria. O segundo eixo era formado pelas avenidas Cristóvão Colombo e Benjamin Constant. O terceiro era a avenida Independência. O quarto eixo, chamado de *Caminho do Meio*, era formado pelas atuais avenidas Oswaldo Aranha e Protásio Alves. Um quinto eixo, chamado *estrada do Mato Grosso*, era formado pelas avenidas João Pessoa e Bento Gonçalves. Outros dois eixos de expansão partiam da avenida Azenha: a *estrada da Cascata* (atual Oscar Pereira) e a *estrada da Cavalhada* (avenida Teresópolis). Por fim a rua

13 de Maio (atual Getúlio Vargas), o último eixo, que partia do encontro da *rua da Margem* (atual João Alfredo) e da rua da Imperatriz (atual Venâncio Aires).

Como podemos observar (*figura 19*), a avenida Venâncio Aires fazia a ligação direta entre três dos principais eixos de expansão da cidade: o Caminho do Meio, a estrada do Mato Grosso e a rua 13 de Maio, e já em 1888 contava com uma linha de bonde que fazia parte da ligação entre a Praça da Alfândega e o bairro Menino Deus (SOUZA e MÜLLER, 2007). Essa posição estratégica da via na malha da cidade se mantém ao longo do tempo, interligando vias importantes como Oswaldo Aranha, Protásio Alves, João Pessoa, Érico Veríssimo e Getúlio Vargas, se constituindo num caminho importante de distribuição do fluxo do trânsito da cidade.



**Figura 19:** Porto Alegre em fins do século 19 e meados do século 20 – malha urbana, características de uso do solo e localização da avenida Venâncio Aires (SOUZA e MÜLLER, 2007).

A avenida Venâncio Aires abriga ainda o que podemos considerar dois marcos referenciais de Porto Alegre: um construído ainda na segunda metade do século 19, o edifício do Colégio Militar (de 1872); e outro já da primeira metade do século 20, o Hospital de Pronto Socorro (de 1941). É a partir do século 20 também

que a via começa a tomar outro traço marcante: a ocupação da área tanto por edifícios residenciais, quanto por edifícios comerciais e de serviço. Essas características de uso do solo e localização, como veremos a seguir, foram fundamentais na escolha da avenida e, especificamente, do trecho escolhido para a análise.

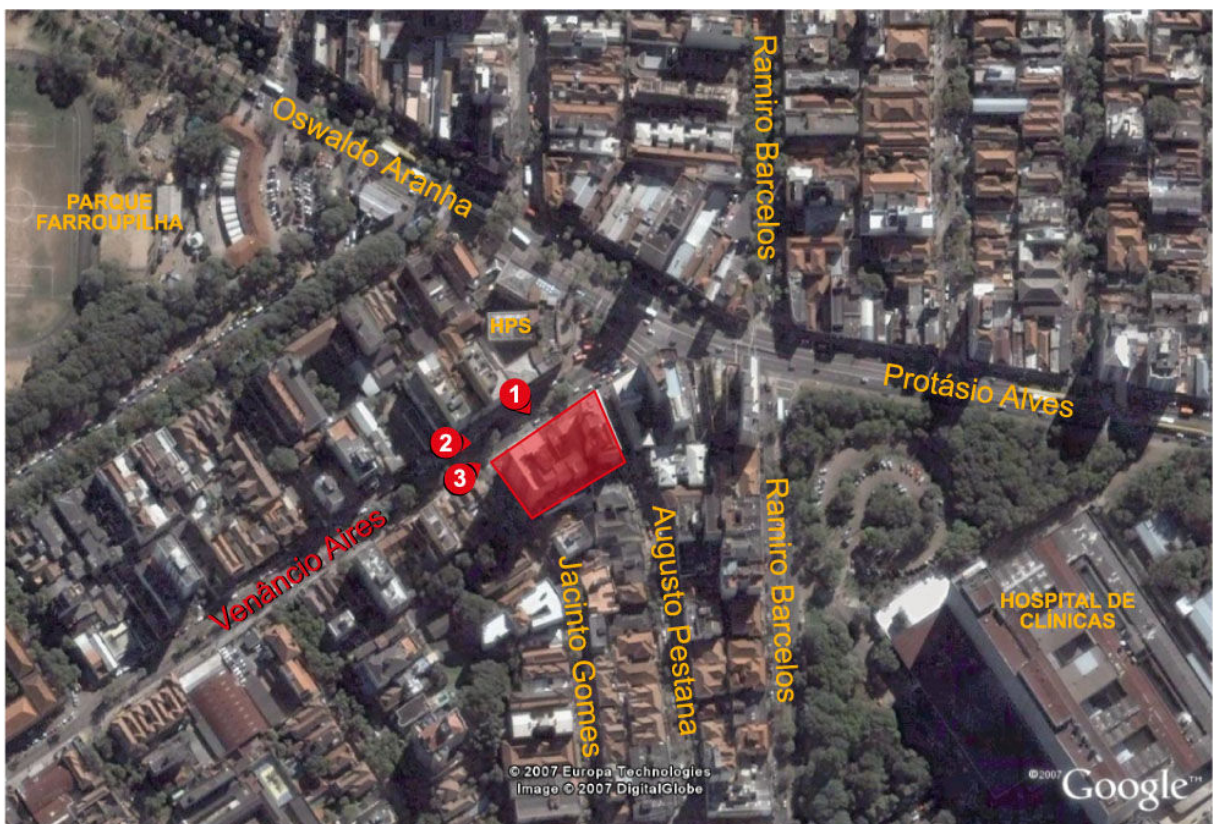


**Figura 20:** Porto Alegre do início do século 21 – malha urbana e localização da avenida Venâncio Aires (Imagem: Google Earth, 2007).

### 3.2 ANÁLISE

O trecho da avenida Venâncio Aires escolhido para análise é o quarteirão situado entre as ruas *Jacinto Gomes* e *Augusto Pestana* (figura 21). Optou-se por este trecho da via essencialmente por dois motivos: **(1) localização** – próximo ao que podemos considerar um *ponto nodal* (LYNCH, apud GABARDO 2001), ou seja, um cruzamento que liga diversas e importantes regiões da cidade, formado pelas avenidas Oswaldo Aranha, Protásio Alves e a própria Venâncio Aires, além de estar

situado em frente ao Hospital de Pronto Socorro, *marco* (LYNCH, apud GABARDO 2001) da cidade. Justamente por isso, é uma área onde a legibilidade é fundamental, constituindo uma zona de intenso tráfego e importante na distribuição do fluxo do trânsito; e **(2) uso do solo** – este trecho representa bem uma das principais características da via que é a ocupação do solo mista, ou seja, temos estabelecimentos residenciais, comerciais e de serviços convivendo no mesmo espaço. Esse é um fator que influi significativamente na composição dos elementos e formação da paisagem. Isso porque a configuração de um edifício residencial é, logicamente, distinta da configuração de um edifício comercial, que por sua vez será diferente da configuração de um edifício de serviço. A necessidade de elementos sinalizadores, elementos publicitários e as características das aberturas e tratamento das fachadas (que também se diferenciam pelo estilo arquitetônico de época e pelo estado de conservação) é distinta em cada um deles. Todos esses fatores podem, portanto, dificultar a rápida apreensão dos elementos e causar ruído na captação das mensagens da paisagem.



**Figura 21:** Localização do quarteirão de análise: trecho da av. Venâncio Aires entre as ruas Jacinto Gomes e Augusto Pestana. Identificação dos pontos de vista da paisagem para a análise: **cena 1** – vista frontal; **cena 2** – vista diagonal; **cena 3** – vista lateral. (Imagem: Google Earth, 2007)

A análise da paisagem será feita através de três cenas distintas do mesmo quarteirão (identificadas na *figura 21*), a partir de três pontos de vista e *escalas de percepção* (ROMERO, apud OLIVEIRA, 2003) diferentes:

a) **cena 1** (*figura 22*): é uma vista frontal de toda a extensão do trecho, em *escala do edifício*, onde o plano de fundo quase se equivale ao plano frontal;

b) **cena 2** (*figura 23*) é uma vista diagonal de toda a extensão do quarteirão, em *escala do setor*, ou seja, onde percebemos com destaque os planos laterais, proporcionais aos planos de base e cobertura;

c) **cena 3** (*figura 24*): é uma vista lateral, também em *escala do setor*, a partir da esquina da av. Venâncio Aires com a rua Jacinto Gomes.

É importante que tenhamos cenas a partir de diferentes pontos de vista e escalas para avaliar a paisagem de forma mais abrangente. Isso porque a percepção da paisagem, a relação de escala, sobreposição, etc. entre os elementos que a configuram, como veremos a seguir, se dá de forma distinta em cada quadro analisado.



**Figura 22:** cena 1 – vista frontal, escala do edifício.



Figura 23: cena 2 – vista diagonal, escala do setor.



Figura 24: cena 3 – vista lateral, escala do setor.

A primeira impressão ao avistar ou ingressar no trecho da avenida escolhido, seja qual for o ponto de vista do observador (*cenar 1, 2 ou 3*), é a de “caos” visual. Caos no sentido da paisagem não possui, aparentemente, qualquer lógica de organização formal. Os elementos componentes do cenário parecem ter sido “encaixados” de forma aleatória, por conveniência ou obrigação. É uma paisagem poluída visualmente, não só pelos elementos de publicidade, mas por todas as estruturas que a compõe e configuram. Essa impressão pode ser avaliada pela identificação de alguns dos atributos visuais (DONDIS, 2000) descritos anteriormente. Como o objetivo aqui é traçar um paralelo comparativo entre a publicidade e os outros elementos poluidores da paisagem, estes atributos visuais serão observados em 4 níveis ou estruturas diferentes e que mais se destacam nas cenas. **(1)** A própria **publicidade**; **(2)** as **aberturas** das fachadas, elementos de grande destaque dos edifícios; **(3)** a **fiação** elétrica e telefônica, elemento do mobiliário urbano que aparece de forma significativa na paisagem; e **(4)** os **recuos** e **altura** dos edifícios, essenciais na configuração geral das cenas.

Podemos dizer que as características mais marcantes desta paisagem são a **complexidade** e a **irregularidade**. Conseguimos distinguir aqui várias unidades ou forças elementares que constituem uma organização sem um padrão claro definido. Dispostos sem qualquer princípio ou método constante e invariável.

A publicidade de identificação, de cooperação e de mobiliário urbano (*figuras 25, 26 e 27*) é um desses elementos. As placas que identificam os estabelecimentos comerciais não possuem nenhum padrão de tamanho, cor ou posição na fachada, bem como os cartazes colados nas fachadas e cavaletes dispostos na calçada. Cada peça de publicidade constitui uma força elementar formando um conglomerado sem nenhum padrão regular, prejudicando inclusive a transmissão e leitura da mensagem de cada uma delas.

Essa **irregularidade** e **complexidade** podem ser observadas nas três cenas de análise, apesar de em diferentes níveis de intensidade. A *cena 1* (*figura 25*) é a que sofre menos influência desses elementos, por uma questão de escala em relação à paisagem eles se diluem mais facilmente. Já nas *cenar 2 e 3* (*figuras 26 e 27*), a publicidade aparece com muito mais força, ocupando uma área de maior

destaque, reforçando as características observadas. Outro atributo que podemos citar aqui é a **espontaneidade**, no sentido da falta de planejamento, tanto da posição quanto das características físicas dos elementos publicitários.



**Figura 25:** cena 1 – PUBLICIDADE – irregularidade, complexidade e espontaneidade na paisagem.



**Figura 26:** cena 2 – PUBLICIDADE – irregularidade, complexidade e espontaneidade.





**Figura 27:** cena 3 – PUBLICIDADE – irregularidade, complexidade e espontaneidade.

Outra estrutura essencial na constituição da paisagem é a fachada dos edifícios. Podemos observar nas *cenas 1 e 2* (*figuras 28 e 29*), por exemplo, a variação enorme entre as características das aberturas das fachadas. Apesar de em alguns momentos elas constituírem algum padrão de **regularidade** e até de **simetria**, quando analisadas apenas nos edifícios de que fazem parte, o que se observa na visão geral da paisagem é a mesma **complexidade e irregularidade** anteriores.

Analisando a *cena 1* (*figura 30*) podemos observar que isso talvez se deva à total ausência de recuo lateral entre os edifícios, que faz com que as fachadas constituam um conglomerado **fragmentado** formado pelas aberturas e os outros elementos da fachada, inclusive a publicidade. Já na *cena 2* (*figura 31*), este conglomerado **fragmentado** é resultado, mais do que da ausência de recuos laterais, da altura dos edifícios, que tomam conta da paisagem completamente.

Observamos ainda, nas *cenas 1 e 2 (figuras 28 e 29)* janelas que formam grandes espelhos de vidro, aberturas de diversos tamanhos, algumas **opacas** e outras com **transparência**, permitindo a visualização de outros elementos em diferentes níveis de clareza. Ao somarmos a isso os distintos estilos arquitetônicos dos edifícios e o estado de conservação das fachadas, temos um quadro de confusão que pode levar à poluição visual.



**Figura 28:** cena 1 – ABERTURAS – regularidade e simetria em alguns momentos, mas a característica geral ainda é de complexidade e irregularidade. Podemos observar ainda a relação entre opacidade e transparência.



**Figura 29:** cena 2 – ABERTURAS – apesar da regularidade em alguns momentos, a característica principal ainda é de complexidade e irregularidade. Podemos observar ainda a relação entre opacidade e transparência.



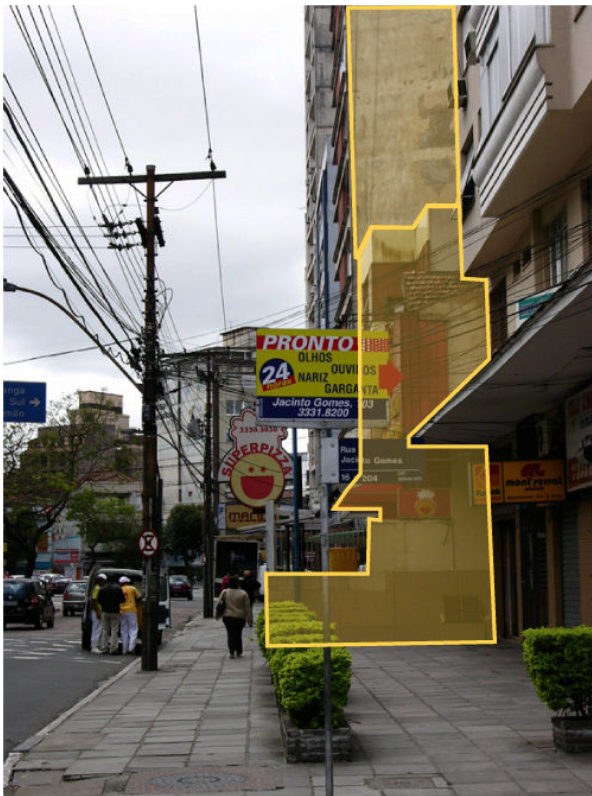
**Figura 30:** cena 1 – RECUOS e ALTURA – a ausência de recuos laterais entre os edifícios constitui um aparente elemento fragmentado formado por todos os elementos da paisagem.



**Figura 31:** cena 2 – RECUOS e ALTURA – a altura dos edifícios e a ausência de recuos laterais constituem um aparente elemento fragmentado formado por todos os elementos da paisagem.

Na *cena 3* (*figura 32*), dado o ponto de vista de observação, os recuos laterais não tem relevância, mas os recuos frontais dos edifícios em relação à rua são de extrema importância. Neste caso, o maior recuo do edifício mais próximo do observador, acaba criando um “paredão”, formado pelas laterais dos edifícios posteriores, que interrompe a leitura da linha da perspectiva da paisagem e interfere na **profundidade** da cena.

Outro elemento que interfere de forma significativa na paisagem, e que podemos perceber nas três cenas (*figuras 33, 34 e 35*) é o mobiliário urbano, mais especificamente aqui, a fiação elétrica e telefônica. Apesar de observarmos certa **simetria** ao analisar a *cena 1 (figura 33)*, principalmente quanto a posição dos postes, o que prevalece na percepção geral da paisagem, em todas as cenas, é a enorme quantidade de fios, sustentados por postes em mal estado de conservação, que criam um emaranhado confuso, extremamente **complexo, irregular e exagerado** que gera ruído, suja a paisagem, e é, sem dúvida, prejudicial à compreensão e apreensão da cena.



**Figura 32:** cena 3 – RECUOS e ALTURA – recuo frontal formando elemento de quebra da leitura da perspectiva da paisagem.



**Figura 33:** cena 1 – FIAÇÃO – nesta cena podemos observar certa simetria principalmente quanto a posição dos postes.



**Figura 34:** cena 2 – FIAÇÃO – complexidade, irregularidade e exagero do emaranhado de fios.



**Figura 35:** cena 3 – FIAÇÃO – complexidade, irregularidade e exagero do emaranhado de fios.

A identificação desses atributos visuais (DONDIS, 2000) nas cenas estudadas, ajuda na compreensão deste aparente quadro de “caos” ou poluição visual da paisagem. É importante lembrar aqui que – apesar da análise ser feita separadamente, em cada estrutura constituinte das cenas, a fim de melhor entender a interferência da publicidade no cenário em relação aos outros elementos – a paisagem é mais do que a mera adição dessas estruturas. Segundo a *Gestalt*,

*[...] não vemos partes isoladas, mas relações. Isto é, uma parte na dependência de outra parte. Para a nossa percepção, que é resultado de uma sensação global, as partes são inseparáveis do todo e são outra coisa que não elas mesmas, fora desse todo. (GOMES FILHO, 2004, p.19)*

Isso só reforça nossa impressão inicial de um cenário visualmente caótico, percebido da relação entre os elementos identificados e as demais estruturas que constituem a paisagem.

O que podemos observar nas três cenas aqui trabalhadas é que todos os elementos analisados contribuem de alguma forma para a poluição visual da paisagem. Na *cena 1* (vista frontal), por exemplo, o que mais chama a atenção são as fachadas dos edifícios, onde analisamos as aberturas. É uma cena onde a publicidade não interfere de forma tão significativa. Já na *cena 2* (vista diagonal), a publicidade tem uma influência muito maior, junto com as fachadas e, principalmente, a fiação elétrica e telefônica. E na *cena 3* (vista lateral), além da publicidade, temos como grande elemento de interferência na paisagem o aglomerado formado pela fiação elétrica e telefônica.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como podemos observar ao longo da construção deste trabalho, são muitos os elementos que constituem e configuram o cenário urbano, contribuindo de forma distinta – positivamente ou negativamente – para a qualidade visual da paisagem urbana percebida pelo usuário da cidade.

O excesso de elementos, aliado a falta de organização e preservação dos mesmos, resulta em um cenário de poluição visual crescente e evidente nos grandes centros urbanos. O senso comum costuma apontar a publicidade como o principal elemento causador deste quadro visual caótico. Porém, voltando ao nosso questionamento inicial, procuramos com este trabalho identificar até que ponto podemos atribuir esta responsabilidade à publicidade. Os *atributos visuais*, buscados em Dondis (2000) e fundamentados na teoria da percepção da forma da *Gestalt*, serviram como critério objetivo essencial nessa identificação.

Ao observarmos as cenas analisadas, podemos concluir que são muitos os elementos que contribuem para a degradação visual da paisagem. Além disso, a relação entre os elementos e o grau de interferência de cada um deles é completamente diferente em cada escala de percepção ou ponto de vista do cenário. A publicidade é apenas uma dessas estruturas, e por vezes nem é a mais relevante. Vale lembrar também que analisamos aqui apenas quatro das inúmeras estruturas que configuram a paisagem urbana – as que consideramos mais destacadas nas cenas: a publicidade, as aberturas das fachadas, a rede elétrica e telefônica e os recuos e alturas dos edifícios.

Na *cena 1*, por exemplo, podemos perceber que os diferentes tipos de publicidade, de *identificação* e *cooperação* (MENDES, 2006), não são os elementos mais destacados da paisagem. Possivelmente por uma relação de escala, com exceção a duas estruturas de *identificação* mais visíveis, os elementos não interferem de forma tão significativa quanto outras estruturas, como as aberturas das fachadas dos edifícios. Estas sim influenciam de forma definitiva na configuração da

cena, juntamente com a completa ausência de recuos laterais, e a diferença gritante entre a altura das edificações.

Já na *cena 2*, a interferência da publicidade é muito maior. Esta é a cena onde todas as estruturas analisadas agem de forma significativa na configuração da paisagem. Os elementos publicitários tomam conta da cena de uma forma mais marcante, sem qualquer padrão de tamanho, posição, cor ou material. Outro elemento de grande interferência nesta cena é a rede de fiação elétrica e telefônica, que forma um emaranhado extremamente confuso, sujando a paisagem e atrapalhando a sua legibilidade. A isso ainda somamos as aberturas das fachadas, também sem qualquer padrão definido, a ausência de recuos laterais e a diferença entre os recuos frontais e a altura dos edifícios.

Na *cena 3*, temos como principal estrutura poluidora da paisagem, ao lado dos elementos publicitários, a rede elétrica e telefônica formada pela fiação e os postes de sustentação. Como esta é uma vista lateral, as aberturas das fachadas não têm grande relevância na configuração da cena. Já os recuos frontais e altura dos edifícios são estruturas marcantes na formação da paisagem.

Nas três cenas encontramos *atributos visuais* (DONDIS, 2000) como *complexidade, irregularidade, regularidade, simetria, assimetria, espontaneidade, fragmentação, opacidade, transparência, profundidade e exagero*. É importante lembrar que esses atributos, quando utilizados intencionalmente como técnicas de comunicação visual, não são essencialmente negativos ou provocadores de uma composição visual ruim. Porém, a maioria dos atributos identificados nas estruturas que configuram as cenas requisita um esforço maior para a apreensão da composição formal. Neste caso, portanto, prejudicam a legibilidade da paisagem urbana, podendo levar a um quadro de poluição visual. Uma paisagem *complexa, irregular e exagerada*, por exemplo, demanda muito mais tempo e atenção para sua correta apreensão.

Vale destacar aqui que não é objetivo deste trabalho, absolutamente, servir como defesa da mídia externa. Tampouco é o de discutir a qualidade da publicidade de rua e a eficiência na transmissão das mensagens publicitárias. Indiscutivelmente



a mídia exterior se constitui num elemento extremamente impactante e presente na paisagem, muitas vezes contribuindo de forma decisiva para o quadro de poluição visual existente.

Procuramos aqui apenas identificar as principais estruturas que moldam a paisagem urbana e o modo como elas a configuram. E o que podemos observar foi que existem diversos elementos, além da publicidade, que interferem na qualidade visual da paisagem.

É importante que tenhamos leis que regulamentem a mídia externa, e Porto Alegre é um dos grandes centros urbanos que possuem legislação sobre o assunto (Lei nº. 8279, de 1999, que *“disciplina o uso do Mobiliário Urbano e Veículos publicitários no Município e dá outras providências”*). Porém este é o primeiro passo em direção à tentativa de minimização do problema da poluição visual urbana. A polêmica criada em torno da “Lei Cidade Limpa” de São Paulo, que resultou na retirada de inúmeros elementos de publicidade das ruas da cidade, ao menos serviu para que mais pessoas começassem a discutir e pensar em uma questão a qual estão ligadas diariamente.

Dada a escassez de pesquisas sobre o assunto, acredito que este trabalho possa vir a contribuir, mesmo que de forma breve e concisa, para o estudo e discussão do problema da poluição visual urbana. Procuramos abordar aqui a questão sob um ponto de vista diferente do comumente utilizado em trabalhos sobre o tema, buscando critérios objetivos para a análise da forma como os diversos elementos que constituem a cidade configuram a paisagem urbana.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CURY, Luiz Fernando. **As paisagens da comunicação ao ar livre**. Disponível em < <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/17444/1/R2200-1.pdf> > Acessado em 15/10/2007

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ESPINOSA, Lara R. M. **Poluição Visual, um problema de Comunicação**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 27., 2004, Porto Alegre. Anais... São Paulo: Intercom, 2004.

GABARDO, Marta M. B. S. **A forma urbana e sua compreensão**. In: Tuiuti: Ciência e Cultura, n.25, FACET 03, p. 83 – 100. Curitiba, 2001.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

ISSAO, Minami. **Paisagem Urbana de São Paulo. Publicidade externa e Poluição Visual**. Disponível em < <http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq000/esp074.asp> > Acessado em 12/10/2007.

MENDES, Camila Faccioni. **Paisagem Urbana: uma mídia redescoberta**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

OLIVEIRA, Leonardo Pinto de. **Determinação de parâmetros para avaliação da poluição visual urbana**. Brasília: Universidade de Brasília, 2003.

PORTELLA, Adriana Araújo. **A qualidade visual dos centros de comércio e a legibilidade dos anúncios comerciais**. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

SOUZA, Célia Ferraz de; MÜLLER, Dóris Maria. **Porto Alegre e sua evolução urbana**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

VARGAS, Heliana Comin; MENDES, Camila Faccioni. **Poluição Visual e Paisagem Urbana: quem lucra com o caos?** Disponível em < <http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq000/esp116.asp> > Acessado em 12/10/2007.