



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS EXATAS E DA TERRA I
BACHARELADO EM URBANISMO**

**POLUIÇÃO VISUAL NA PAISAGEM URBANA DO CENTRO DE
SALVADOR**

GABRIELA CORREIA DE SANTANA SILVA

**Salvador
JUNHO / 2008**

GABRIELA CORREIA DE SANTANA SILVA

**POLUIÇÃO VISUAL NA PAISAGEM URBANA DO CENTRO DE
SALVADOR**

Monografia apresentada ao
Departamento de Ciências Exatas e da
Terra I da Universidade do Estado da
Bahia, como pré-requisito para a
obtenção do título de Bacharel em
Urbanismo.

Orientadora: Prof. Liliane Mariano

**Salvador
JUNHO / 2008**

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS EXATAS E DA TERRA I
BACHARELADO EM URBANISMO**

GABRIELA CORREIA DE SANTANA SILVA

**POLUIÇÃO VISUAL NA PAISAGEM URBANA DO CENTRO DE
SALVADOR**

Salvador, 20 de Junho de 2008

BANCA EXAMINADORA

Nome: Márcia Melo
Instituição: Universidade Salvador - UNIFACS
Assinatura:

Nome: Maria Palácios
Instituição: Universidade do Estado da Bahia - UNEB
Assinatura:

Nome: Liliane Mariano (Orientadora)
Instituição: Universidade do Estado da Bahia - UNEB
Assinatura:

CERTIFICADO

Certifico que a presente memória, POLUIÇÃO VISUAL NA PAISAGEM URBANA DO CENTRO DE SALVADOR, sob minha direção, foi realizada por **Gabriela Correia de Santana Silva**, constituindo o projeto final do curso de Bacharelado em Urbanismo da Universidade do Estado da Bahia – UNEB.

Salvador, 20 de Junho de 2008.

Orientadora: _____
Liliane Mariano

DEDICATÓRIA

Dedico este estudo a minha querida dinda,
Zenaide Rocha.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de manifestar meu agradecimento a todas as pessoas que, de alguma forma, contribuíram para que este trabalho fosse realizado. Primeiramente, à minha orientadora, professora Liliane Mariano, pelo estímulo, atenção, paciência e valiosa contribuição no processo de desenvolvimento do estudo.

Aos meus professores do Departamento de Ciências Exatas e da Terra I, em especial à professora Rosali Fernandes, que sempre acreditou e incentivou o crescimento profissional de nossa turma.

Agradeço aos colegas da turma de 2004.1 do curso de Bacharelado em Urbanismo, por todos os momentos e dificuldades que, juntos, vencemos; aos amigos que tive oportunidade de conhecer e que tornaram minhas manhãs mais prazerosas, Maria das Graças, Isa Maciel, Diego Lopes, Andréa Santos e minha “irmã gêmea” Gabriela Fonseca.

Às amigas de colégio, Tanara Régis, Lorena Rocha, Daiane Brizack, Carolina Guimarães e Luciana Costa; aos amigos designers Milena Coelho, Camila Rocha e Jairo Sousa; aos amigos de “infância” Laísa Costa, Leonardo Machado e Alex Ferreira; e à minha “dinda” Zenaide, pelos momentos de descanso, pelas palavras de incentivo e, principalmente, pelo suporte emocional.

Às amigas do Hospital São Rafael, Bárbara Costa, Ana Menezes, Rosângela Sá, Patrícia Barbosa e Luciana Branco, pelas experiências vividas e por permitir que dedicasse um pouco do tempo de trabalho para o desenvolvimento do estudo.

A todas as pessoas que, prontamente, responderam à pesquisa.

A Dr. Nery pela revisão do texto.

Meu mais profundo agradecimento ao meu irmão Beto, pelo carinho, e a Carol Reiner, pela amizade incondicional.

Agradeço ao meu pai e à minha mãe, pelo exemplo de persistência.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Cartaz “Eu quero você para o exército dos EUA, de James Montgomery Flagg, criado em 1917.....	24
Figura 2: Esquema básico da comunicação eficiente (2008).....	27
Figura 3: Esquema análogo entre a Teoria da Comunicação e a Paisagem Comunicacional (2008).....	28
Figura 4: Avenida Sete de Setembro. Em vermelho, destaca-se o trecho em que o estudo foi realizado: Largo São Pedro ao Mosteiro de São Bento (2008).....	50

LISTA DE FOTOS

Foto 1: Inauguração da Avenida Sete de Setembro (1912).....	32
Foto 2: Largo de São Pedro, região onde hoje é a Avenida Sete (1912).....	32
Foto 3: Relógio de São Pedro no Largo de São Pedro, em Salvador (2008).....	53
Foto 4: Estátua em homenagem ao Barão do Rio Branco, também no Largo São Pedro (2008).....	53
Foto 5: Lateral do Mosteiro de São Bento localizado no Largo de São Bento, em Salvador (2008).....	53
Foto 6: Largo de São Pedro. A visão da estátua Rio Branco é encoberta pela quantidade e pela disposição de camelôs no local (2008).....	55
Foto 7: O entorno da estátua Rio Branco tomada pelo comércio ambulante (2008).....	55
Foto 8: Telefone Público, módulo policial e banheiro químico são alguns dos elementos encontrados na paisagem urbana do Largo de São Pedro que interferem na visualização do Relógio de São Pedro (2008).....	56
Foto 9: Módulo policial localizado próximo ao Relógio de São Pedro (2008).....	57
Foto 10: À direita, o banheiro posicionado no centro do Largo de São Pedro. O mobiliário urbano foi transformado em um meio de divulgação e apresenta um anúncio de uma universidade particular (2008).....	57
Foto 11: À frente, o lixo produzido pela atividade comercial, e, ao fundo, a estátua do Barão do Rio Branco, sem cobertura vegetal (2008).....	58
Foto 12: Sem projeto paisagístico, o monumento ao Barão de Rio Branco serve como depósito de lixo (2008).....	58
Foto 13: Ambulantes da Área 10, Rua 11 de junho. Comércio de alimentos e artefatos junto à estacionamento de motocicletas e lixo (2008).....	59
Foto 14: Fiação aérea do Largo de São Pedro (2008).....	60
Foto 15: Fiação aérea na Rua 11 de Junho, Largo de São Pedro (2008).....	60
Foto 16: Fiação aérea do meio do trecho entre o Largo de São Pedro e o Mosteiro de São Bento, visto ao fundo (2008).....	60
Foto 17: Emaranhado de fios elétricos e de telefonia dispostos sem qualquer parâmetro (2008).....	60
Foto 18: O letreiro da loja “Micheline”, sem manutenção, exhibe o estado de conservação ruim (2008).....	61

Foto 19: A Fachada da loja “Supermercado dos Tecidos” parece “gritar”. A fonte <i>bold</i> , na proporção em que foi utilizada, provoca um impacto visual grande, reforçada pela cor vermelha do fundo. Diante das lojas vizinhas, o letreiro apresenta dimensões de duas a três vezes maior (2008).....	61
Foto 20: À direita, a fachada da loja “Borges Calçados”. À esquerda, a fachada da loja “Insinuante”. Na foto, é possível observar a disparidade do tamanho entre elas, embora não estejam no mesmo segmento de mercado (2008).....	61
Foto 21: O Letreiro da “Laser Eletromagazine” cobre toda a fachada do edifício em que a loja está instalada. A peça de comunicação visual é tão grande que, para manter a proporção da marca, na aplicação do letreiro, foi preciso repeti-la três vezes (2008).....	61
Foto 22: No letreiro da loja “Supermercado do Bebê” observa-se que há uma maior preocupação em divulgar a fotografia da criança que da própria marca (2008).....	62
Foto 23: Acima, anúncio fixado na coluna de um edifício e, ao seu redor, resquícios de papel da publicidade retirada do local (2008).....	63
Foto 24: No Largo de São Pedro, janelas são usadas como expositores de mercadorias (2008).....	63
Foto 25: Diante da complexidade da paisagem, anúncios fora de alcance visual confundem-se no contexto (2008).....	63
Foto 26: Além da repetição da marca da “Ricardo Eletro” cinco vezes no mesmo espaço, a fachada da loja é composta por dois letreiros com a mesma informação (2008).....	64
Foto 27: Repetição da sinalização indicativa da loja Marisa (2008).....	64
Foto 28: Empena-cega da SIMTUR instalada de frente para a Avenida Sete de Setembro (2008).....	65
Foto 29: Placa de zoneamento nas “Novas áreas para ambulantes” no Largo de São Pedro (2008).....	65
Foto 30: Letreiros em tamanhos simétricos instalados numa mesma localização nas fachadas.....	66
Foto 31: A lateral esquerda da Avenida Sete de Setembro, na região do Mosteiro de São Bento, apresenta a mais limpa paisagem da via (2008).....	66

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	10
1. INTRODUÇÃO.....	11
2. A PAISAGEM URBANA.....	14
2.1 CONCEITO.....	14
2.2 A IMPORTÂNCIA DA LEGIBILIDADE NA PAISAGEM URBANA	19
2.3 A PUBLICIDADE NA PAISAGEM.....	22
2.4 COMUNICAÇÃO, PAISAGEM E POLUIÇÃO VISUAL.....	26
3. A AVENIDA SETE DE SETEMBRO.....	32
3.1 CENTRO COMERCIAL.....	33
3.2 ESTRUTURA SOCIOECONÔMICA ATUAL.....	40
4) PLANEJAMENTO E GESTÃO DA PAISAGEM.....	41
4.1 PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO URBANO DO MUNICÍPIO DE SALVADOR – PDDU: ASPECTOS PARA A QUALIDADE AMBIENTAL URBANA.....	42
4.2 PUBLICIDADE EM SALVADOR (DECRETO Nº 12.642/00).....	46
5) POLUIÇÃO VISUAL: DO LARGO DE SÃO PEDRO AO MOSTEIRO DE SÃO BENTO.....	50
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	68
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	70
ANEXOS.....	73
ANEXO A: MAPA DE ZONEAMENTO DE SALVADOR – PDDU.....	74
ANEXO B: PESQUISA “IMAGEM DA AVENIDA SETE”	75

APRESENTAÇÃO

Este trabalho tem o propósito de abordar os reflexos da poluição visual, na paisagem urbana do centro tradicional da cidade de Salvador, traçando um panorama geral e relacionando os dois aspectos “paisagem urbana” e “poluição visual”.

Para sua realização, será desenvolvida uma pesquisa acerca de temas como paisagem urbana, poluição visual, qualidade ambiental, comunicação visual, cidade como mensagem e aspectos legais, direcionada ao centro da cidade de Salvador. O âmbito escolhido para o desenvolvimento do estudo é a Avenida Sete de Setembro, trecho entre o Largo de São Pedro e o Mosteiro de São Bento.

Este estudo considera aspectos que dizem respeito não só à estética da imagem urbana da Avenida Sete, mas, também, aspectos funcionais, como a circulação e a possibilidade de contemplação dos principais monumentos históricos e aspectos arquitetônicos do lugar.

Por tratar-se de um ambiente urbano, que traz consigo uma bagagem histórica importante, para toda a cidade, a implantação de comunicação visual ou qualquer equipamento urbano, implica uma diversidade de requisitos e de restrições, que devem ser considerados para alcançar uma melhor estruturação e qualidade ambiental urbana.

1. INTRODUÇÃO

O agravamento da situação ambiental no planeta iniciou-se no final do século XVIII, após a Revolução Industrial, à medida que as sociedades foram se tornando complexas e as cidades foram crescendo. Nesse contexto, a poluição visual vem adquirindo crescente relevância, principalmente nos grandes centros urbanos, onde os serviços oferecidos concorrem. Assim, o cidadão é visto apenas como consumidor e aspectos ligados à cidadania são deixados à margem. A publicidade dos produtos é cada vez mais agressiva e a necessidade de tornar o ambiente mais atrativo, cômodo e seguro, com a instalação de equipamentos urbanos, vem afetando a paisagem urbana e natural da qual têm direito de usufruir os cidadãos.

No Brasil, o terceiro artigo da Lei nº 6.938/81 (Lei da Política Nacional do Meio Ambiente), diz que a poluição visual "consiste em qualquer ação que prejudique o bem-estar da população e que afete as condições estéticas do meio ambiente". Sabe-se que a poluição visual pode causar efeitos danosos, resultantes dos impactos visuais que podem prejudicar a saúde mental, a segurança e o bem estar da população.

A poluição visual pode, ainda, afetar, diretamente, a segurança pública e o patrimônio cultural. No centro de Salvador, por exemplo, existe uma arquitetura de interesse histórico que se encontra escondida em meio ao volume de informações visuais. A quantidade de mensagens é tão grande, que torna o espaço complexo, e refuga a percepção do contingente populacional.

Nesse contexto, o objetivo deste estudo consiste em analisar a degradação do aspecto visual da paisagem urbana do centro de Salvador. Espera-se afirmar a suposição de que a publicidade ilegal e abusiva e os equipamentos públicos, instalados sem estudos ergonômicos e sobre circulação, estão degradando a imagem urbana, especialmente, os aspectos históricos do centro de Salvador. Marcos como o Relógio de São Pedro, a estátua Barão do Rio Branco e as fachadas dos prédios históricos, por exemplo, passam despercebidos.

As atividades econômicas presentes no lugar, na busca incessante de atrair consumidores, produzem, sem qualquer compromisso com o entorno do espaço público urbano, uma grande quantidade de material publicitário. Desconsideram pontos fundamentais para a organização do espaço, como, por exemplo, a localização da instalação, a qualidade de

suporte e sua relação com o cenário, a quantidade de informação e a aparência, diminuindo, assim, a capacidade de atenção dos pedestres e, também, de mobilidade.

Do mesmo modo, o posicionamento de lixeiras, de cabines telefônicas, de postes de iluminação e seus emaranhados de fios, obstruem a visão da amplitude do bairro, denotando os graves níveis de poluição visual, na forma de ocupação do solo.

Nesse sentido, a importância deste estudo está em, justamente, analisar condições ambientais, para dar base a estudos sobre alternativas para a melhoria da qualidade de vida, no espaço público urbano.

Um ponto importante desta discussão concentra-se, antes do caráter ambiental: o reconhecimento ou a descoberta de uma identidade visual. As cidades, assim como as empresas ou qualquer grupo de pessoas, possuem sua identidade, seus valores, seus códigos, suas maneiras de expressar-se e de comunicar-se, considerando o entorno, a morfologia, a diversidade local, a arquitetura e os ambientes naturais. É preciso, antes de tudo, descobrir a identidade, para, a partir daí, definir o que pode, ou não, ser integrado à paisagem urbana.

A pesquisa possui orientação do método de estudo de caso, natureza de estudo dará subsídios ao levantamento de dados e análise da modificação da paisagem urbana do centro da cidade. Para tanto, foi encolhido o trecho entre o Largo de São Pedro e o Mosteiro de São Bento, no centro de Salvador, como campo. O lugar foi escolhido com apoio em quatro bases: a primeira, por ser uma região da cidade de Salvador que apresenta uma bagagem cultural, patrimonial e comercial de reconhecido valor; a segunda, por possuir uma estrutura ambiental complexa, no que tange o paradigma consumo *versus* espaço público; terceiro, por ser um tema eminentemente urbano; e, em quarto, por ser um trecho da cidade em que a autora possui intimidade.

Para alcançar o objetivo desta pesquisa, o estudo foi dividido em quatro partes. A primeira discute paisagem urbana, explicitando conceitos de autores como Kevin Lynch, Camila Mendes e José Afonso da Silva. Traz a importância da legibilidade nas visuais das cidades, os efeitos e a participação da publicidade, associando à comunicação e à poluição visual. Em um segundo momento é abordado aspectos do loco de estudo, a Avenida Sete de Setembro, considerando sua história, suas funções no contexto urbano da cidade, seus aspectos comerciais baseados em sua estrutura socioeconômica. Em seguida, o estudo aborda o planejamento e a gestão da paisagem, considerando planos, projetos e leis

brasileiras e soteropolitanas que tratam sobre o assunto. E, por fim, o estudo de caso sobre a poluição visual no trecho que se estende do Largo de São Pedro ao Largo de São Bento.

Para a identificação das problemáticas foram feitas análises no centro da cidade, considerando requisitos e restrições referentes à comunicação visual e ergonomia no local. Junto aos usuários foram realizadas entrevistas que consideraram a percepção destes sobre o local de estudo, além de um trabalho de observação *in loco* do comportamento dos mesmos ao se depararem com as informações visuais existentes e seus efeitos no ambiente.

Foi feito, ainda, um levantamento dos monumentos e da arquitetura histórica existente para identificar os marcos que se destacam na paisagem da Avenida Sete. Além disso, foram realizados registros fotográficos do centro da cidade de Salvador e da publicidade do local para que fosse possível analisar o ambiente.

Para apresentar e discutir o conteúdo desenvolvido na pesquisa foram utilizados recursos como mapas, fotografias e ilustrações.

2. A PAISAGEM URBANA

2.1 CONCEITO

As dinâmicas sociais, promovidas nos processos de urbanização, imprimem, no espaço urbano, os traços da organização social, política e econômica das relações humanas. Aldo Rossi (2001) ratifica esta afirmação quando considera que “a cidade, como coisa humana por excelência, é constituída por sua arquitetura e todas aquelas obras que constituem seu modo real de transformação da natureza”¹. O desenho das cidades exprime, portanto, o modo como essas relações são traduzidas e materializadas.

As vias públicas, as edificações, os monumentos, a vegetação, o mobiliário e todos os demais elementos das cidades, integrados, ou não, com o ambiente natural, compõem o cenário urbano. Sejam eles fixos, como as construções, árvores, pavimentação, ruas, ou semifixos, como anúncios, comércio ambulante ou, ainda, móveis, como os automóveis, as pessoas, dão forma ao que José Afonso da Silva (1997) define como “a roupagem com que as cidades se apresentam a seus habitantes e visitantes”², formando, assim, a Paisagem Urbana.

De modo mais específico, Camila Mendes (2006) conceitua paisagem urbana como “a percepção individual, espacial e temporal da composição de todos os elementos fixos, semifixos e móveis”³. A autora acredita que a paisagem urbana resulta das constantes e diferentes formas de associação dos vários elementos que a constituem.

Nesse sentido, Wilhelm (2000) considera que:

Uma paisagem urbana constitui uma realidade física, composta por edificações e equipamentos, por elementos da natureza e por espaços entre construções; paisagem complexa que é percebida, em conjunto ou em detalhe, pelos moradores e pelos usuários de uma cidade. Trata-se, portanto, do resultado perceptível de múltiplas ações humanas, que se somam e se modificam com o tempo. Estas ações se realizam sobre um sítio natural, com sua topografia, sistema de drenagem, microclima, fauna e flora original. A paisagem urbana, resultante da atividade do homem alterando este sítio

¹ ROSSI, Aldo. A arquitetura da cidade. São Paulo: Martins Fontes, 2001, p. 25;

² SILVA, José Afonso da. Direito Urbanístico Brasileiro, São Paulo: Malheiros, 1997, p. 273-274;

³ MENDES, Camila Faccioni. Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta. São Paulo, SENAC, 2006, p. 35;

natural, é a tradução concreta da vida de uma cidade, em termos de espaços construídos e mensagens percebidas pelas pessoas.⁴

Baseando-se no pensamento de cada autor, inferi-se, portanto, que a paisagem urbana está intimamente ligada à composição dos elementos físicos da estrutura urbana que, funcionando simultaneamente, formam a paisagem como resultado da percepção de cada indivíduo acerca do caminho percorrido ou do espaço observado.

Embora cada indivíduo crie e assuma sua própria imagem do ambiente, existe um senso comum que atende a um maior número de pessoas do grupo inserido em um mesmo contexto sociocultural. Nesse sentido, considerando esse consenso, a paisagem urbana como resultado das atividades, das formas, dos significados e de práticas sociais, Kevin Lynch (2006) considera que a imagem ambiental é formada por um conjunto de símbolos associados a conceitos referentes à identidade, à estrutura e à significado.

Uma imagem viável requer, primeiro, a identificação de um objeto, o que implica sua diferenciação de outras coisas, seu reconhecimento enquanto entidade separável. A isso se dá o nome de identidade, não no sentido de igualdade com alguma outra coisa, mas com o significado de individualidade ou unicidade. Em segundo lugar, a imagem deve incluir a relação espacial ou paradigmática do objeto com o observador e os outros objetos. Por último, esse objeto deve ter algum significado para o observador, seja ele prático ou emocional.⁵

Deste modo, Lynch (2006) define identidade no sentido de particularidade, estrutura como a relação física do objeto com o observador e significado como o sentido prático e emocional para quem observa. Esse pensamento sugere, portanto, o reconhecimento visual atrelado ao seu valor semântico.

Ainda considerando os princípios da imagem ambiental, Lynch (2006) sugere o estudo da paisagem urbana, através da função dos elementos físicos que a constituem. São eles as vias, os limites, os bairros, os pontos nodais e os marcos.

Contudo, em a *A Imagem da Cidade*, uma das obras mais relevantes de Lynch, (2006) observa-se que, em 1960, “(...) a imagem da Skyline da silhueta de Manhattan pode ser um símbolo de vitalidade, poder, decadência, mistério, congestionamento, grandiosidade ou o que mais se queira (2006, p.10). Porém as imagens das cidades são mutantes, e, hoje quase meio século depois, a

⁴ WILHEIM, Jorge (coordenador). Intervenções na paisagem Urbana de São Paulo, São Paulo: Instituto Florestan Fernandes de Políticas Públicas, 2000, p. 5. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dimenstein/gilberto/pa.rtf> [23.04.2008]

⁵ LYNCH, Kevin. *A imagem da Cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2006, p. 9;

imagem negativa de megalópole decadente se desconfigurou. Pode-se fazer uma leitura, diferente da paisagem da ilha, através dos modos de viver, percebidos na sua imagem construída, os quais representam organização, civilização, poder, requinte e elegância”⁶

Segundo o autor, vias são os canais de locomoção por onde o observador se move. As ruas, as calçadas, as alamedas, dentre outros, são alguns exemplos de vias. Um fato relevante, por parecer contraditório, uma vez que se imagina via como um canal livre, sem obstáculos, com pontos de origem e destino definidos, é que, em alguns casos, a via toma importância vital para a imagem do observador, quando são percebidas a partir do que seriam “ruídos” ou, ainda, quando são marcadas por suas características físicas:

Os obstáculos ao tráfego, que em geral complicam a estrutura, podem em outros casos torná-la mais clara, ao concentrarem a circulação em canais que, desse modo, tornam-se conceitualmente dominantes.⁷

Lynch (2006) afirma, assim, que “a concentração de um hábito ou atividade especial numa rua pode torná-la importante aos olhos dos observadores”.⁸ Seja pela concentração populacional, pelo movimento de veículos, pelo segmento explorado, pela arborização, pelas fachadas que se destacam, pela largura ou estreiteza da via, o observador associa características diferentes para reconhecer àquela via.

Limites são elementos lineares, diferentes de vias, que mantêm uma região separada de outra, conferindo-lhes identidade ou peculiaridades. As praias, os rios, as encostas, os muros e as fronteiras exemplificam alguns limites da paisagem urbana. Embora Lynch (2006) considere que “parecem mais fortes os limites que não só predominam visualmente, mas têm uma forma contínua e não podem ser atravessados”⁹, ele reforça que “é preciso não perder de vista a capacidade de ruptura de um limite”¹⁰:

Enquanto a continuidade e a visibilidade são cruciais, os limites fortes não são necessariamente impenetráveis. Muitos limites são uma costura, muito mais que barreiras que isolam [...] costura ao longo da qual duas áreas principais se unem de modo claro e inequívoco.¹¹

⁶ MARIANO DA SILVA, Liliane F. M. da; Marcia Maria C.; GUIMARÃES, Virgínia Maria G. E. *Paisagem urbana: uma construção através das modas e dos modos*, in TERRA, Carlos G.; ANDRADE Rens de O. (Org.). Coleção Paisagens Culturais, volume 1. Rio de Janeiro: Ed. EBA Publicações, 2008

⁷ LYNCH, Kevin. *A imagem da Cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2006, p.55.

⁸ Idem;

⁹ Idem, p. 69;

¹⁰ Idem, p. 71;

¹¹ Idem.

Lynch (2006) apresenta, ainda, duas variações de limites: Limite Fragmentário, que é aquele contínuo em termos abstratos, mas visível em alguns pontos, e o Limite Elevado, que é aquele que se encontra muito acima do solo, como alguns viadutos, por exemplo.

Os bairros são regiões urbanas, médias ou grandes, com características específicas, que as tornam identificáveis de modo diferenciado, de acordo com o observador e a própria estrutura da cidade:

As características físicas que determinam os bairros são continuidades temáticas que podem consistir numa infinita variedade de componentes: textura, espaço, forma, detalhe, símbolo, tipo de construção, usos, atividades, habitantes, estados de conservação, topografia.¹²

Segundo Lynch (2006), outros elementos, que não visuais, também conferem identidade aos bairros. O barulho, por exemplo, é um sinal igualmente importante, assim como o próprio nome do bairro. Esses elementos são importantes indicadores para a produção de uma imagem forte.

Apesar de Lynch (2006) admitir a relação mútua, travada entre os elementos construtivos da imagem urbana, não comenta sobre a possibilidade de se paisagens urbanas, a partir das suas modas características, ou dos modos habituais próprios aos seus habitantes; entretanto, parece não se opor a tal possibilidade, ao expor como característica de “*legibilidade ou visibilidade*” (2006, p.11) a construção de imagens das cidades, através das suas cores, traços e formas, que geram a possibilidade de uma leitura visual pela sua representatividade, por criarem imagens mentais claramente identificáveis por outros sentidos além da visão, os quais segundo o referido autor, deixam transparecer aspectos de sua historicidade, da sua cultura e dos seus modismos.¹³

Pontos Nodais são convergências de caminhos, locais estratégicos nas cidades, os quais o observador pode ter acesso. São pontos nucleares, foco e símbolo de regiões importantes. Podem ser junções, terminais de transportes, cruzamento de vias, de esquinas, nos quais sejam vivenciados momentos de passagem de uma estrutura a outra. Podem ser, ainda, concentrações que adquirem importância por condensarem algum uso, como um ponto de

¹² LYNCH, Kevin. A imagem da Cidade. São Paulo: Martins Fontes, 2006, p.75;

¹³ MARIANO DA SILVA, Liliane F. M. da; Marcia Maria C.; GUIMARÃES, Virgínia Maria G. E. *Paisagem urbana: uma construção através das modas e dos modos*, in TERRA, Carlos G.; ANDRADE Rens de O. (Org.). Coleção Paisagens Culturais, volume 1. Rio de Janeiro: Ed. EBA Publicações, 2008

encontro ou uma praça. Sendo assim, Lynch (2006) classifica os pontos nodais como introvertidos e extrovertidos:

[...] é introvertida, pois indica muito pouco em termos de direção quando estamos nela ou em seus arredores. A principal orientação em seus arredores é em direção a ela, ou a partir dela; As direções gerais são claras [a extrovertida] e também há uma ótima definição das ligações [...] ¹⁴

Por fim, os marcos são elementos que, de fato, se destacam no cenário urbano. Assim como os pontos nodais, os marcos são referências com o diferencial de que o observador não o acessa. São, portanto, objetos físicos e não áreas, que são melhor identificáveis quando contrastam com o plano de fundo, seja apresentando-se de modo isolado ou em série contínua:

Os marcos se tornam mais fáceis de identificar e mais passíveis de ser escolhidos por sua importância quando possuem uma forma clara e, isto é, se contrastam com seu plano de fundo e se existe alguma proeminência em termos de sua localização espacial. O contraste entre figura e fundo parece ser o fator principal. O plano de fundo contra o qual um elemento se sobressai não precisa estar restrito aos seus arredores imediatos; Em outro sentido, as pessoas podem selecionar os marcos por sua limpeza numa cidade suja, [...] ou por serem elementos novos numa cidade velha. ¹⁵

Revela-se, deste modo, a importância da reconhecibilidade, muitas vezes traduzida na localização, na idade e na escala. Considerando-se esses aspectos, são, portanto, exemplos de marcos, as montanhas, os edifícios, as lojas, as torres isoladas, os sinais gráficos, as árvores, dentre outros.

Os elementos que formam a imagem das cidades devem ser modelados juntos, para que apresentem a melhor forma, respondendo ao senso comum, considerando-se, principalmente, a história, as transformações ocorridas e a memória que as urbes guardam. Assim, eles não só estruturam os cenários, mas conferem e reforçam a identidade do todo.

¹⁴ LYNCH, Kevin. A imagem da Cidade. São Paulo: Martins Fontes, 2006, p.86;

¹⁵ Idem, p. 88;

2.2 A IMPORTÂNCIA DA LEGIBILIDADE NA PAISAGEM URBANA

A legibilidade da paisagem urbana pode ser entendida como a organização, a estruturação e a identificação dos elementos que a constituem. Segundo Kevin Lynch (2006), por serem compostas de elementos físicos, com conceitos intrínsecos, símbolos e ícones socioculturais, as paisagens urbanas legíveis são alcançadas quando a forma do espaço urbano consegue ser organizada de tal modo que os observadores conseguem percebê-las e compreendê-las.

Segundo o autor, quando a legibilidade é alcançada, as pessoas desenvolvem:

[...] ligações muito fortes com essas formas claras e diferenciadas, tanto em decorrência do passado histórico quanto de suas próprias experiências. Cada cena é imediatamente identificável, e traz à mente um turbilhão de associações. Há uma total harmonia das partes. O ambiente visual torna-se parte integrante da vida os habitantes. A cidade não é de modo algum perfeita, mesmo no sentido restrito da imaginabilidade, nem todo seu sucesso visual se deve apenas a essa qualidade. Mas parece haver um prazer simples e automático, um sentimento de satisfação, presença e certeza, que decorre da simples contemplação da cidade ou da possibilidade de caminhar por suas ruas.¹⁶

Nesse sentido, com o intuito de contribuir para a construção de paisagens urbanas mais visíveis, coerentes e claras, Lynch (2006) definiu alguns atributos os quais considera relevantes para obter a qualidade da forma nas cidades. São eles a Singularidade, a Simplicidade, a Continuidade, o Predomínio, a Clareza de Junção, o Diferencial Direcional, o Alcance Visual, a Consciência do Movimento, as Séries temporais e os Nomes e Significados.

No que tange singularidade, ou clareza da figura-plano de fundo, o autor entende que as formas devem ser peculiares, diferenciáveis e de fácil identificação. Deve conferir uma função aos elementos e, ao mesmo tempo, evitar que sejam confundíveis. São qualidades indissociáveis a esse conceito de originalidade, a nitidez, o fechamento, o contraste de superfície, de forma, de intensidade, de complexidade, de tamanho, de uso e de localização espacial. Os marcos, por exemplo, devem apresentar essas características, para que não sejam confundidos e se destaquem de outros elementos da paisagem urbana.

Outra qualidade destacada por Lynch (2006) é a Simplicidade. O fato de a imagem da cidade ser captada pelos observadores, em movimento e com rapidez, é bastante relevante nesse sentido. Por isso, é mais fácil a apreensão de elementos mais simples, facilmente

¹⁶ LYNCH, Kevin. A imagem da Cidade. São Paulo: Martins Fontes, 2006, p. 103.

reconhecíveis, especialmente de formas geométricas (esferas, círculos, retângulos e quadrados), nada rebuscado, para que a imagem seja percebida de fato.

A Continuidade sugere a atribuição de uma identidade única a elementos complexos. Isso pode ser proporcionado pela repetição de elementos em um determinado intervalo ou pela similaridade, analogia ou harmonia, na forma ou uso. A extensão lógica desses elementos proporcionará que uma imagem linear seja formada na mente do observador, servindo como guia na orientação de caminhos.

Predomínio trata da hierarquização de elementos com o intuito de propiciar uma leitura mais fácil e, também, uma melhor interpretação. Esse objetivo é alcançado com o destaque de uma parte a outras, em decorrência do tamanho, da intensidade ou do interesse, resultando em um agrupamento e, conseqüentemente, na leitura de um todo.

A Clareza de Junção dá-se quando elementos diferentes são ligados uns aos outros, de modo claro e bem definido, permitindo junções estratégicas na estrutura, de modo bastante perceptível.

A Diferenciação Direcional dá-se através de assimetrias e de gradientes, que diferenciam uma extremidade da outra, um lado de outro ou uma direção da outra. Qualidades utilizadas na estruturação em grande escala, sinalizando e indicando as relações entre os diversos pontos por meio da topografia, das placas, dos pavimentos, dentre outros. É um aviso sobre a localização e confirmação do trajeto.

Alcance Visual ocorre quando vários elementos da paisagem aumentam o âmbito e a penetração da visão. Constroem um panorama, através de transparências, sobreposições, profundidade, elementos de articulação e concavidade, facilitando a apreensão de um todo amplo.

A medida que o observador se movimenta a imagem da cidade se altera ou se multiplica, fazendo surgir, de um mesmo local, inúmeros quadros que dependem do ponto de vista, da utilização do espaço e do movimento do observador. Essa qualidade caracteriza o que Lynch (2006) denomina Consciência do Movimento.

Séries temporais referem-se àquelas seqüências que são percebidas a partir de uma da disposição dos elementos. Essa disposição forma uma “melodia” harmoniosa ao longo do caminho obtida através do arranjo dos elementos da imagem ou da sucessão da forma do espaço, da textura, do movimento, da luz ou da silhueta.

Por fim, os Nomes e Significados são elementos não físicos que identificam os lugares e ajudam a fortalecer sua identidade através dos sistemas de nomeação. Esses dão identidade às ruas, praças, marcos e todos os elementos do cenário urbano.

A construção de uma paisagem urbana legível e compreensível é de suma importância para qualificar o espaço urbano. Mais claros e organizados, tornam-se base para o desenvolvimento individual e, assim, trazem a sensação de pertencimento e parte integrante do ambiente em que se vive, e, especialmente, de fortalecimento de relações sociais. Nesse contexto, Lynch (2006) afirma que:

[...] se o ambiente for visivelmente organizado e nitidamente identificado, o cidadão poderá impregná-lo de seus próprios significados e relações. Então se tornará um verdadeiro lugar, notável e inconfundível.¹⁷

Os atributos para a qualidade da forma destacados por Lynch (2006) contribuem não só para o reconhecimento dos elementos urbanos, mas também para que a população perceba a sensação visualmente agradável dos ambientes. Por isso, o cenário urbano ordenado de forma harmônica, de modo que possibilite ser apreciado relaciona, diretamente, qualidade do ambiente urbano com qualidade de vida e bem estar da população.

Nesse contexto, que tange aspectos referentes à relação entre a paisagem urbana e a qualidade de vida, Jorge Wilhelm (2000) assegura que:

A relação entre pessoas e paisagem é inescapável: ela penetra na sensibilidade e no subconsciente, quando não na própria consciência daquelas. Para o bem ou para o mal, pois uma paisagem pode ser percebida por sua harmonia e beleza, introjetando nas pessoas uma sensação de integração e prazer; ou poderá ser percebida como caótica, desorientadora, confusa e feia, introjetando nas pessoas desassossego, ansiedade, medo e desprazer. Ela pode despertar o orgulho cidadão, ou a vergonha e a baixa auto-estima.¹⁸

Ainda segundo Wilhelm (2000), a paisagem urbana limpa influi, decisivamente, nos seguintes fatores, servindo à qualidade de vida da população:

[...] a) recuperação intra-psíquica, importante para a pessoa sentir-se saudável; b) prazer intelectual; c) conforto decorrente de um ambiente limpo, ordenado e despoluído; d) silêncio necessário à recuperação intra-psíquica; e) noção do espaço disponível; f) visão do equipamento urbano disponível; g) segurança garantidora da integridade física do usuário do equipamento

¹⁷ LYNCH, Kevin. A imagem da Cidade. São Paulo: Martins Fontes, 2006, p. 101-102;

¹⁸ WILHEIM, Jorge (coordenador). Intervenções na paisagem Urbana de São Paulo, 2000. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dimenstein/gilberto/pa.rtf> [23.04.2008];

público; h) orientação do espaço urbano e liberdade de opções de movimentação urbana; i) liberdade de opções propiciada pela informação.¹⁹

Nesse sentido, é importante ressaltar que o planejamento do espaço urbano, que deve buscar a qualidade do ambiente, relacionando aspectos físicos, psicológicos e visuais da paisagem, vem sendo associado, meramente, à funcionalidade. Os elementos que compõem seu cenário muitas vezes são projetados para responder, de modo eficiente, apenas à função social das urbes, aos direitos básicos de habitar, circular, trabalhar e recrear de todo cidadão. Essa preocupação, que tem sido a mais evidente, mas não deve ser única, deixa a margem fatores estéticos e sensoriais, fato que se reflete na qualidade de vida da população e, também, na paisagem urbana, com ambientes visualmente confusos e, muitas vezes, insalubres.

A importância de usufruir de paisagens urbanas mais legíveis e compreensíveis está, ainda, na contribuição para a formação de uma cultura local. Este aspecto é fundamental para a valorização da estrutura da paisagem urbana e um componente fundamental de um patrimônio cultural, uma vez que se constitui um valor significativo de um bem para com a sociedade contribuindo, assim, para a preservação de marcos referenciais.

2.3 A PUBLICIDADE NA PAISAGEM

A passagem da atividade comercial do espaço público para o privado foi o ponto inicial para o surgimento dos anúncios que identificam estabelecimentos. Enquanto as mercadorias eram expostas no chão ou em tendas armadas nas ruas, não havia a necessidade de se identificar o artigo a ser vendido. Essa necessidade deu-se quando os produtos e os serviços passaram a ficar ocultos no interior das lojas.

A respeito disso, Heliana Vargas (2001) relata que:

Na sua inserção urbana, as lojas individuais, no período da Idade Média, tendiam a se aglutinar de acordo com a semelhança entre os produtos comercializados, o que refletia a necessidade de controle das corporações de ofício (gildas).²⁰

¹⁹ WILHEIM, Jorge (coordenador). *Intervenções na paisagem Urbana de São Paulo*, São Paulo: Instituto Florestan de Políticas Públicas, 2000. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dimenstein/gilberto/pa.rtf> [23.04.2008];

²⁰ VARGAS, Heliana Comin. *Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio*, São Paulo: SENAC São Paulo, 2001, p. 155;

Após o surgimento dos anúncios, foi a vez das vitrines e das tábuas de madeiras para a exposição e apoio das mercadorias, que eram dispostas no exterior das lojas. As vitrines transparentes puderam ser utilizadas, a partir de 1828, quando os vidros planos começaram a ser desenvolvidos, embora sua maior utilização tenha sido feita a partir de 1860, quando se tornaram mais acessíveis. Elas contribuíram para que os produtos fossem vistos mesmo do exterior das lojas, atraindo os consumidores, tornando-se, assim, mais eficiente que os anúncios que identificavam os estabelecimentos.

Camila Mendes (2006) conclui, portanto, que:

A publicidade e os elementos externos ao edifício passaram a ser cada vez mais utilizados para atrair os consumidores. Em parte, sua evolução histórica é decorrência do desenvolvimento da tecnologia do vidro, das técnicas de produção de letreiros e anúncios e das artes gráficas.²¹

Baseada em James Fraser, a autora afirma que, após a Revolução Industrial, a partir do século XIX, quando a atividade comercial não se limitava mais a atender as necessidades básicas dos cidadãos, surgiu a “sociedade de consumo” e, com ela, demandas relacionadas a *status* social, aparência, nobreza e ostentação de poder. Foi então que as técnicas de publicidade se desenvolveram, assumindo características mais complexas, que se relacionavam com a divulgação de produtos, de serviços e de marcas e com a indução de pensamentos, de sentimentos e de valores, no consumidor.

Nesse contexto, as fachadas passaram a não mais atender à demanda da publicidade, expandindo-se para as páginas de jornais e de revistas, para as laterais de ônibus e de carros de entregas, assumindo, também, o formato de folhetos e de cartazes *outdoor*.

Embora os cartazes sejam conhecidos desde a Antiguidade, quando já se pintavam muros, painéis, tecidos ou papel, com o intuito de divulgar informações religiosas, políticas ou pessoais, para a comunidade, sua massificação somente foi possibilidade entre os séculos XVI e XVII, quando as técnicas de impressão permitiram a produção de peças gráficas em maior quantidade. Sobre esse fato Fraser afirma que:

[...] a impressão sem clichê com relevo possibilitou edições de grandes tiragens, preço vantajoso, tamanhos grandes e uma gama enorme de tons, isto é, podia-se imprimir desde o negro ao mais claro tom de cinza em uma única impressão.²²

²¹ MENDES, Camila Faccioni. Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta. São Paulo, SENAC, 2006, p. 54;

²² FRASER, James. The American Billboard 100 years, em MENDES, Camila Faccioni. Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta. São Paulo, SENAC, 2006, p. 60;

No século XIX, os ingleses foram os maiores criadores de cartazes, explorando técnicas de colagem e xilogravura, disseminando suas técnicas de produção em outros países da Europa e nos Estados Unidos, onde adquiriram caráter publicitário, dando origem à mídia exterior. Esse tipo de publicidade foi bastante utilizada pelo governo norte-americano, em meados da década de 1910, durante a Primeira Guerra Mundial, no recrutamento de soldados. Um exemplo muito famoso para este fato é a peça publicitária criada por James Montgomery Flagg²³, em que o “tio Sam”, simbolizando o poder do presidente, apontava para o espectador.



Figura 5: Cartaz “Eu quero você para o exército dos EUA, de James Montgomery Flagg, criado em 1917. Fonte: Wikipédia – Enciclopédia Livre.

O período da Primeira Guerra foi, portanto, fundamental para o desenvolvimento da mídia exterior, uma vez que os publicitários puderam exercitar técnicas de transmissão de mensagens e persuasão.

Já na década de 1920 a publicidade estava direcionada aos produtos industrializados de uma sociedade de consumo que crescia cada vez mais. A indústria automobilística também causou grande impacto nesse período na cultura norte-americana, na mídia exterior e na paisagem das cidades.

²³ Artista e ilustrador norte-americano nascido em Pelham Manor, Nova Iorque. Criou o famoso cartaz "I Want YOU for U. S. Army" (Eu quero você para o Exército dos EUA). Mais de 4 milhões de cópias foram impressas durante a Primeira Guerra Mundial, sendo reeditado durante a Segunda Guerra Mundial. Flagg usou seu próprio rosto como modelo para o Tio Sam, inserindo cabelos brancos e barbicha.

Já no período do pós-guerra, o “*American Way of Life*”, marcado pela exaltação da família, estimulada pelo retorno dos soldados, e da sociedade, todos os tipos de publicidade veiculados na cidade se voltavam para o consumo dos produtos dos Estados Unidos, passando a ser encarado como uma questão de *status* social. Considerando esse conceito de ostentação e a produção de produtos de luxo, como carros e eletrodomésticos, a publicidade tornou-se proporcionalmente grandiosa. Foram incorporados novos recursos mecânicos e elétricos para melhorar a visualização à noite, passou-se a utilizar tintas fosforescentes, dando margem ao surgimento dos anúncios luminosos (*backlights*).

Nos anos 1980 e 1990, observou-se o desenvolvimento de novos formatos e novas técnicas de iluminação e de impressão. A clareza na transmissão das mensagens, o humor e o cuidado com o meio ambiente eram as maiores preocupações desse contexto. Outra grande evolução do período foi proporcionada pelo desenvolvimento da informática. O uso de computadores transformou trabalhos artísticos em publicitários, mais preocupados em ser capazes de persuadir do que com fatores estéticos.

Essas transformações foram importantes para modificarem a forma de anúncios de divulgação e, também, o modo em que esses seriam vinculados. As fachadas não eram mais as únicas bases. Outdoors, empenas-cegas, mobiliário urbano, veículos automotores, balões e faixas são algumas das bases incorporadas e que, ainda hoje, fazem parte da construção da paisagem urbana.

Segundo Camila Mendes (2006), na publicidade existem alguns tipos de anúncios que podem ser classificados em cinco modos, segundo suas funções e características. São eles identificação, cooperação, divulgação, móvel e mobiliário urbano:

Identificação – serve para identificar as atividades exercidas em determinado local, como as fachadas comerciais das lojas. Cooperação – divulga produtos ou serviços, no espaço interno ou externo de estabelecimentos que os comercializam, caracterizando assim uma parceria entre os fabricantes e o ponto de venda que lhes cede o espaço. Divulgação – recorre a suportes exclusivamente destinados à publicidade, em espaços públicos ou privados. Esse tipo de mídia exterior também é conhecido por *out of home*, ou seja, está fora do ponto de venda. Móvel – é veiculado em suportes móveis, como ônibus, carros taxis, dirigíveis, helicópteros, caminhões. Mobiliário Urbano – é instalado em equipamentos como abrigos de ônibus, sanitários públicos, coletores de lixo, cercas de árvores, telefones públicos.²⁴

Dentre esses tipos de anúncio, no ambiente urbano de função comercial, nota-se a presença marcante da publicidade de identificação e de divulgação. Diante da

²⁴ MENDES, Camila Faccioni. Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta. São Paulo, SENAC, 2006, p. 51;

concorrência, os anúncios procuram não apenas tornar público determinados produtos ou serviços, mas reforçar as marcas. Nesse contexto:

[...]quando a visibilidade do edifício não é suficiente para expressar seu significado, ou transmitir sua mensagem, sobretudo se o adensamento urbano for mais complexo, criam-se anúncios de identificação como forma de comunicação mais direta. Esse é um recurso bastante empregado atualmente pelos estabelecimentos comerciais, que anunciam nas fachadas, além do próprio nome, os serviços e as mercadorias que oferecem e, muitas vezes, também suas promoções.²⁵

Por isso, Gordon Cullen (1971) considera que “a publicidade foi a contribuição mais importante do século XX para a paisagem urbana”²⁶. Ela é veiculada na paisagem urbana como parte do processo de comunicação e informação da sociedade. Suas formas, características e peculiaridades contribuem na imagem da cidade e podem, até mesmo, qualificá-las. No entanto, alguns autores associam-na, diretamente, à poluição visual, embora não seja esta a única fonte.

2.4 COMUNICAÇÃO, PAISAGEM URBANA E POLUIÇÃO VISUAL

A comunicação é considerada o processo social básico para que se promova o intercâmbio de informações entre os seres humanos e, assim, a vida social. É um processo que, embora se realize em três etapas, envolve uma série de elementos em um processo sistêmico, dinâmico e constante, alternando-se, com o objetivo de trocar informações e interagir com o espaço, a natureza e a sociedade.

O modelo de comunicação básica é composto por emissor, mensagem e receptor. Segundo José Pereira (2003), o emissor é qualquer ser capaz de produzir e transmitir uma mensagem; a mensagem é qualquer coisa que o emissor envie com a finalidade de passar informações e o receptor é qualquer ser capaz de receber e interpretar essa mensagem.²⁷

Ainda segundo Pereira (2003), existem alguns elementos que fazem parte desse processo e que podem condicionar a transmissão da mensagem. São eles os signos, a informação, a

²⁵ MENDES, Camila Faccioni. Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta. São Paulo, SENAC, 2006, p. 52;

²⁶ CULLEN, Gordon. Paisagem Urbana, Lisboa: Edições 70, 1971, p. 87.

²⁷ PEREIRA, José Haroldo. Curso Básico de Teoria da Comunicação, Rio de Janeiro: Univercidade, 2ª Ed, 2003, p. 14.

sintonia, o código, o retorno (*feedback*), o contexto, os sinais, o canal, o ruído, o repertório e a redundância. O autor define-os do seguinte modo:

Signos são elementos de uma mensagem. As mensagens geralmente podem ser decompostas em unidades menores: palavras, gestos, imagens tomadas isoladamente. [...] Informação é o nome técnico que se dá ao conteúdo da mensagem [*toda mensagem tem forma e conteúdo*]. [...] Sintonia é a ligação, a conexão psicológica que deve existir entre o emissor e o receptor. [...] Código é a linguagem na qual a mensagem é transmitida, é codificada. É um sistema convencional de signos e de regras para o uso desses signos. [...] Retorno é uma mensagem de volta [*receptor para emissor*]. [...] Contexto pode ser as relações das palavras entre si ou com o idioma empregado ou a circunstância em que as palavras são utilizadas. [...] Sinais são o fenômeno físico no qual os signos são convertidos para efeito de transmissão da mensagem. [...] Canal é o meio físico que transporta os sinais do emissor até o receptor. [...] Ruído é todo sinal que atrapalha a transmissão da mensagem. [...] Repertório é o vocabulário do código, lista de signos oferecidos por este código. [...] Redundância é a repetição de signos na mensagem, com o intuito de reforçá-la.²⁸

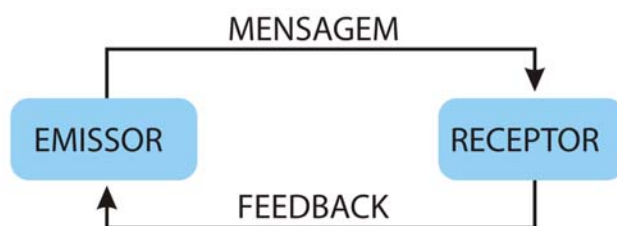


Figura 6: Esquema básico da comunicação eficiente.
Fonte: Elaborado por Gabriela Silva baseada em PEREIRA (2003)

Para que a comunicação seja eficiente é preciso que o emissor e o receptor da mensagem interpretem signos (qualquer objeto, som, palavra, gesto ou desenho capaz de traduzir uma intenção que represente não só objetos, mas idéias) de um mesmo código, convencionados pelo grupo e comunidades em função do comportamento e, principalmente, da cultura de cada sociedade. É preciso que o receptor envie uma resposta (um *feedback*) ao emissor, nem que esta seja um efeito.

Estabelecendo uma relação análoga entre a paisagem e a teoria da comunicação, observa-se que determinados elementos que compõem a estrutura das cidades podem ser comparados aos signos em mensagens comunicacionais. As construções, as árvores, as ruas, o mobiliário urbano, a publicidade e os demais elementos físicos das urbes

²⁸ MENDES, Camila Faccioni. Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta. São Paulo, SENAC, 2006, p. 29-38.

equivalem-se aos signos que, juntos, transmitem a imagem urbana, uma “mensagem ambiental”.

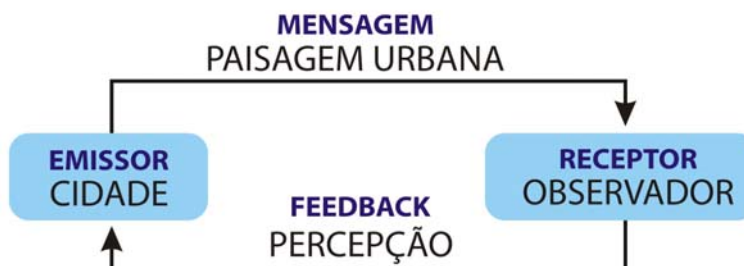


Figura 7: Esquema análogo entre a Teoria da Comunicação e a Paisagem Comunicacional.
Fonte: Elaborado por Gabriela Silva baseada em PEREIRA (2003), FERRARA (1976) e MENDES (2006).

Baseada no pensamento de Lucrecia Ferrara²⁹ sobre paisagem urbana comunicacional, Camila Mendes diz que:

A cidade deveria ser entendida como um espaço cuja função é dar acesso à informação, pois a troca de informações é que caracteriza o ambiente urbano. “A cidade é mensagem a procura de significado que se atualiza em uso”. Portanto, o espaço urbano, por conter informações, precisa ser decifrado.³⁰

Assim, a cidade é o emissor da mensagem que, por sua vez, é a paisagem urbana. O receptor é aquele ser que observa a imagem da cidade e transmite um *feedback*, sua percepção acerca da paisagem observada.

Todavia, quando o observador não consegue compreender a paisagem urbana por ser “bombardeado” por apelos visuais e sensoriais, pode-se dizer que há um ruído nessa “comunicação”. O ruído é, nesse contexto, a poluição visual.

Para Lucrecia Ferrara (1976):

Poluição visual urbana é um significado determinado pela impossibilidade que o usuário encontra para apropriar-se do espaço urbano e usá-lo. Poluição

²⁹ FERRARA, Lucrecia D’Alessio. Poluição Visual e Leitura do Ambiente Urbano, São Paulo: FAU-USP, 1976, p. 3.

³⁰ MENDES, Camila Faccioni. Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta. São Paulo, SENAC, 2006, p. 51;

é o significado de um ruído entre ambiente urbano e usuário; poluição se opõe, portanto, a significado e a ambiente urbano planejado enquanto sistema de comunicação.³¹

A definição de poluição visual tem sido esboçada por diversos autores. Uns discutem de modo mais abrangente, outros, de modo unilateral, como é o caso de João Carlos Cauduro (1978), que acredita que “poluição não é outra coisa senão o efeito negativo da tecnologia”³² e Homem de Melo que defende que a poluição visual é “o excesso de sinais comerciais – placas, letreiros, luminosos – justapostos ou sobrepostos à arquitetura”.³³ Esses autores acreditam que a publicidade ou a tecnologia são as únicas causadoras da poluição visual.

Embora Cauduro (1978) julgue que a comunicação visual é a causadora da poluição desse mesmo gênero nas cidades, ele a considera indispensável para a qualificação da estrutura e da paisagem urbana e, também, para nortear o observador:

Os habitantes das grandes cidades têm fome de sinais. O sinal é a marca do espaço público, ele dá identidade às atividades coletivas. O ambiente urbano contemporâneo exige estruturas ambientais mais complexas que aquelas geradas exclusivamente pelos edifícios, ele exige a presença de sinais capazes de atribuir vitalidade, significado, identidade, complexidade. Numa cultura de fluxos intensivos de informação como a cultura contemporânea, os edifícios não bastam para construir as mensagens ambientais de que precisamos para a nossa satisfação. Os edifícios são uma informação sutil, abstrata, cuja fruição exige um distanciamento que o ritmo ditado pelo uso cotidiano da cidade nos impede de realizar. Os edifícios exigem uma sofisticada educação do olhar para serem vistos enquanto mensagens ambientais. Sua principal mensagem é o uso. Os sinais são os signos do uso, estão colados nele, lhe dão forma visual perceptível e assimilável.³⁴

De modo mais amplo, Issao Minami e João Lopes Guimarães Júnior (2001) definem poluição visual como:

[...] conseqüência e resultado de desconformidades de todas essas situações e também o efeito da deterioração dos espaços da cidade pelo acúmulo exagerado de anúncios publicitários em determinados locais, porém o conceito mais abrangente é aquele que diz que há poluição visual quando o campo visual do cidadão se encontra de tal maneira que a sua percepção dos espaços da cidade é impedida ou dificultada.³⁵

³¹ FERRARA, Lucrecia D’Alessio. Poluição Visual e Leitura do Ambiente Urbano, São Paulo: FAU-USP, 1976, p. 1

³² CAUDURO, José Carlos. Design e Ambiente, São Paulo: FAU-USP, 1978, p 39.

³³ MELO, Francisco Inácio Homem de Melo. Poluição ou signofobia?, cit. p. 22, em MENDES, Camila Faccioni. Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta. São Paulo, SENAC, 2006, p. 79;

³⁴ CAUDURO, José Carlos. Design e Ambiente, São Paulo: FAU-USP, 1978, p 39

³⁵ MINAMI, Issao; JUNIOR, João Lopes Guimarães. A questão da ética e estética no meio urbano e por que todos devemos ser belezuras, Arqtextos, nº 15, texto especial nº 94, 2001, disponível em <http://www.vitruvius.com.br/arqtextos/arq000/esp094.asp>

Ainda na mesma direção, Heliana Vargas (2001) conceitua o tema como:

[...] limite a partir do qual o meio não consegue mais digerir os elementos causadores das transformações em curso e acaba por perder as características naturais que lhe deram origem. No caso, o meio é a visão, os elementos causadores são as imagens e as características iniciais seriam a capacidade do meio de identificar e compreender as mensagens.³⁶

Portanto, a publicidade não é a única causadora da poluição visual, mas sim, todo e qualquer elemento, mesmo que da própria estrutura urbana que, de alguma forma, impeça a apreciação da paisagem. Os postes e os emaranhados de fios elétricos que escondem as fachadas, os telefones públicos e as bancas de revistas mal posicionadas nas vias de circulação, placas de trânsito em escalas que não compreendam o alcance visual do usuário, são alguns exemplos de elementos que podem promover a poluição visual.

Nesse sentido, Lucrecia Ferrara (1976) classifica a poluição visual em 3 modos:

Poluição Aglomerativa: Caracteriza ambientes com excesso de elementos que não constituem um repertório e não estabelecem relações entre si (variedades de formas, cores, materiais, ângulos, usos).

Poluição Aditiva: Quando há redundância de informações sobre um mesmo repertório, como em locais em que os sinais gráficos publicitários são abundantes e predominantes.

Poluição Imprevista: Decorre de tentativas de organização de um novo sistema de usos e significados que acabam por elevar a taxa de informações e acrescentam repertório [...]

Vale ressaltar, ainda, que a poluição visual não está apenas ligada à quantidade de signos no ambiente urbano, ou seja, à saturação visual, mas sim, à sua qualidade. Portanto, as cores, as formas, o contraste entre os elementos da composição e o conjunto, ou seja, o *layout*, precisam estar em harmonia para que, conseqüentemente, seja atingida a qualidade da forma.

Nessa direção, considerando ainda fatores individuais e de percepção, Bianca Antaccli afirma que:

Não há como negar que há um grau de subjetividade na percepção da poluição visual por cada indivíduo, mas seus efeitos deletérios sempre existirão, ainda que atuando no subconsciente de cada um. E nessa mesma linha de raciocínio é possível e necessário estabelecer padrões mínimos ou padrões de aceitabilidade [...] sobre a estética urbana, sem nenhum autoritarismo, mas para que a harmonia visual prevaleça.³⁷

³⁶ VARGAS, Heliana Comin. A Lógica do Espaço Terciário: O Lugar, a Arquitetura e a Imagem do Comércio. Tese de Livre Docência entregue, mas não defendida, à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo em 31/01/2000

³⁷ ANTACCLI, Bianca M. Bilton Signorini. Aspectos jurídicos da poluição visual, cit., p. 44-45, em MENDES, Camila Faccioni. Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta. São Paulo, SENAC, 2006, p. 82;

No Brasil, não existem leis que regulem aspectos qualitativos para a paisagem urbana. Contudo, diante da necessidade de preservação do meio ambiente urbano, algumas iniciativas, a menos que setoriais, estão despertando. A lei 6.938/81 (Lei da Política Nacional do Meio Ambiente), por exemplo, trata em seu 3º artigo de algumas definições sobre poluição visual. Recentemente, em São Paulo, foi outorgada a “Lei cidade Limpa” que regula toda a publicidade na cidade.

O que Issao Minami e João Júnior (2001) chamam de “falta de consciência do público e do privado e uma educação ambiental” talvez seja o maior paradigma a ser quebrado no que tange a percepção da população sobre a paisagem urbana. Para os autores:

O conceito de que a coisa pública não é de ninguém e que, portanto, ninguém é responsável por ela e que nela se pode fazer o que se queira, faz com que não somente a população em geral, mas, também, os órgãos gestores das cidades tratem o espaço público como espaço a ser abandonado ou maltratado.³⁸

Por isso, a iniciativa privada (comércio, serviços, instituições), a comunidade local e até mesmo o poder público polui visualmente as cidades com ações que vão de abandono de lixo nas calçadas ao recobrimento total das fachadas com peças de comunicação visual. Atitudes estas que, portanto, depreciam o aspecto visual e físico do espaço público urbano e trazem efeitos maléficos à qualidade de vida da população.

³⁸ MINAMI, Issao; JUNIOR, João Lopes Guimarães. A questão da ética e estética no meio urbano e por que todos devemos ser belezuras, *Arquitextos*, nº 15, texto especial nº 94, 2001, disponível em <http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq000/esp094.asp>

3) A AVENIDA SETE DE SETEMBRO

A Avenida Sete de Setembro é a principal via localizada no centro de Salvador. Tem início na Ladeira de São Bento, termina no Largo do Farol da Barra e de tão extensa foi batizada, no decorrer de seu percurso, com outros nomes. São eles Ladeira de São Bento, Largo de São Bento, São Pedro, Piedade, Rosário, Mercês, Campo Grande, Praça da Aclamação, Corredor da Vitória, Ladeira da Barra, Porto da Barra e Farol.

A Avenida Sete, nome simplificado como se tornou conhecida, é de fundamental importância para compreender aspectos históricos e sociais da cidade. Por ser uma das mais antigas vias de Salvador, com o passar dos séculos, ela guardou uma diversidade de traços das transformações ocorridas.

O ator principal desse cenário de modificações foi José Joaquim Seabra. Baseado no que havia presenciado no Rio de Janeiro enquanto era Ministro da Justiça e Negócios Interiores, quando o prefeito Pereira Passos mandou ir a baixo cortiços e prédios antigos com o objetivo de sanear e modernizar a capital, contando ainda com o auxílio do engenheiro Arlindo Frago, transformou Salvador em um “canteiro de obras”.



Foto 1: Inauguração da Avenida Sete de Setembro (1912).
Fonte: A cidade de Salvador nos seus 454 anos, 2005, p. 70.



Foto2: Largo de São Pedro, região onde hoje é a Avenida Sete (1912)
Fonte: 50 anos de Urbanização: Salvador da Bahia, 2004.

Envolvido pelo contexto do bombardeiro de 1912, J.J. Seabra, ex-governador da Bahia, foi o responsável pela modernização da Avenida Sete de Setembro. Para isso, no entanto,

referências arquitetônicas foram eliminadas, monumentos ocuparam seus lugares, contribuindo para a construção da imagem desta importante via:

[...] no local onde se erguia a Igreja de São Pedro derrubada, ele colocou um relógio importado, que ficou conhecido como o Relógio de São Pedro. A idéia não era só enfeitar a nova via. Antes de Seabra, a população de Salvador costumava se guiar pelo tradicional "tiro das nove", deflagrado sempre às nove da noite do Forte de São Marcelo. Todo o mundo entendia, então, que era hora de dormir. Mas, depois do bombardeio, a população traumatizada precisava de outra maneira de saber as horas. Com o relógio e as muitas obras que fez, Seabra mostrava que queria passar uma borracha no incômodo episódio. Foi para isso, também, que ele logo reformou com pompa o Palácio do Governo atingido pelo bombardeio, que foi também rebatizado. Até hoje, o prédio ostenta o nome de Palácio Rio Branco.³⁹

Deste modo, o ex-governador elegeu a Avenida Sete, antes conhecida como “Avenida do Estado”, para representar a modernidade de Salvador, embora a cidade tenha perdido vários edifícios coloniais.

Hoje, com caráter comercial, a Avenida Sete de Setembro é estruturalmente complexa. Os camelôs, a sujeira, a poluição sonora e visual, estão dentre uma infinidade de fatores degradantes que tomam conta da via e se sobressaem aos aspectos antigos da via. É justamente com o objetivo de preservar sua essência histórica e cultural, além da evolução empresarial, que estão em discussão alguns projetos para organizar e revitalizar a estrutura física da Avenida Sete, como a criação de um calçadão e a organização efetiva do comércio ambulante.

3.1 CENTRO COMERCIAL

Após a sua fundação, já no final do século XVI, Salvador começa a demonstrar seu potencial para o comércio através da exportação dos produtos que aqui não eram consumíveis e importação daqueles que era incapaz de produzir. Durante mais três séculos essa atividade perdurou intensamente, uma vez que o porto continuou sendo a área de concentração da cidade. Tornou-se “internacional, uma base preferencial de articulação de um vasto território nacional, com as demais nações do mundo”⁴⁰ (SANTOS, 1959)

³⁹ CORREIO DA BAHIA, Bombardeio de 1912: Episódio foi o dramático capítulo final da gradual ascensão de Seabra em direção ao governo, 05 de setembro de 2004. disponível em http://www.clubecorreio.com.br/reporter/noticia_impresao.asp?codigo=99882, acesso em [06.06.2008]

⁴⁰ SANTOS, Milton. O centro da cidade do Salvador; Estudos de Geografia Urbana. Salvador: Publicações da Universidade da Bahia, 1959.

Durante o século XVIII a cidade se expande e, conseqüentemente, tem-se o surgimento de novas vias de circulação e meios de transporte. Segundo Milton Santos (1959), em 1855 foram construídos os viadutos para ligar Nazaré ao Barbalho e Federação à Pedra da Maré, em 1868 surgiram os primeiros transportes coletivos com veículos de tração animal e em 1874 inaugura-se o elevador hidráulico.

Já no século XIX observava-se na cidade baixa uma grande atividade considerando o “transporte contínuo de mercadorias, lojas muito freqüentadas, gritos de negros que vão e vêm nesse espaço tão estreito”⁴¹, o centro dos negócios. Durante a segunda metade deste século o comércio de luxo migra para a cidade alta:

O comércio interior se desenvolve nesse período, colonizando a Rua Chile e a Avenida Sete de Setembro (São Pedro), onde se encontra parte do comércio de luxo, a rua Dr J.J. SEABRA (Baixa dos Sapateiros), com um comércio retalhista pobre e a Calçada, cujo comércio está ligado ao mesmo tempo à estação ferroviária e ao bairro de Itapagipe que em 1940 contava 44.000 habitantes.⁴²

Com declínio da lavoura açucareira os aristocratas baianos trocaram o centro pelas mansões cercadas com o verde dos suntuosos jardins e pomares característicos da colonização inglesa localizadas na Graça, Vitória e Canela.

A implantação de serviços de sistema urbano permitiu a expansão da urbe para além das colinas que rodeiam o núcleo mais antigo e o surgimento de novos bairros. Em resposta ao crescimento das atividades comerciais no centro, à obsolescência e manutenção cara dos antigos casarões coloniais em decorrência de uma nova mentalidade que alterou profundamente os hábitos de morar, famílias abastadas que, até então, habitavam bairros centrais migraram em massa para novos loteamentos abertos ao sul da cidade. A partir desse momento, foi crescente o processo de especialização terciária do centro com a cidade assumindo a forma de um aglomerado de bairros residenciais organizados em torno de uma forte centralidade na área correspondente ao núcleo urbano fundado em 1549 e ao seu porto.⁴³

A partir daí, o comércio tomou conta, gradativamente, das antigas residências do Taboão e alastrou-se por todo o Centro Histórico. Diversos profissionais liberais passaram a trabalhar e a residir então no centro.

⁴¹ MATTOSO, Kátia M. de Queirós. Bahia: A Cidade do Salvador e seu Mercado no Século XIX. Salvador: Hucitec, 1978.

⁴² SANTOS, Milton. O centro da cidade do Salvador; Estudos de Geografia Urbana. Salvador: Publicações da Universidade da Bahia, 1959.

⁴³ SANT'ANNA, Márcia; FERNANDES, Ana; UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Arquitetura. A Cidade-Atração: A norma de preservação de centros urbanos no Brasil dos anos 90. 2004. 399f. Tese (Doutorado) - UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA, Faculdade de Arquitetura, 2004.

O centro de Salvador apresentou muitas particularidades em sua composição física e em suas relações sociais. “Poucas pessoas circulavam nas ruas da cidade, o que se via eram escravos principalmente por volta do meio dia”,⁴⁴ afirma Ubiratan Araújo (1999). Os estudiosos da época descreviam-no afirmando que:

Era composto por áreas em sua maioria residenciais, com construções fragilizadas, e aspecto não muito bom por ser muito suja e sem nenhuma destinação de esgoto. Ruelas estreitas e relações sociais não segregadas, onde um palecete junto a um casebre, neste meio conviviam ex-escravos alforriados, artesãos, profissionais liberais, nobres ligados e se chocando a cada instante.⁴⁵

As obras feitas por José Joaquim Seabra, entre 1912 e 1916, modificaram a cidade de Salvador. Baseado no Plano de Melhoria desenvolveu intervenções pontuais e algumas muito importantes para o urbanismo na cidade. Baseado em idéias de Haussmann, J.J. Seabra embelezou o centro no padrão das cidades européias.

“Quando estive em Paris, ele ficou deslumbrado com as ruas largas, os boulevards, as grandes obras que o Barão de Haussmann havia feito para modernizar a cidade”, conta a advogada Adélia Marelin, prima terceira de Seabra. O Barão de Haussmann foi o responsável pela grande reforma de Paris, que derrubou quarteirões inteiros de prédios antigos para abrir imensas avenidas. Foi um marco na história do urbanismo mundial, referência de uma época. No Brasil, essas idéias influenciaram médicos sanitaristas e engenheiros, nossos primeiros urbanistas, que tentavam adaptar as cidades coloniais quase medievais às novas necessidades do século XX.⁴⁶

O alargamento, retificação e expansão da Avenida Sete de Setembro e Carlos Gomes, avenida que faz o percurso inverso, e construção do porto, foram algumas de suas obras. No entanto, refém de uma economia sem indústrias, apenas exportadora de produtos agrícolas, observa-se que as reformas urbanas promovidas por Seabra:

[...] não resultaram, como em outras importantes cidades do país de um processo de modernização impulsionado pela industrialização, mas da crescente importância adquirida da área central na estrutura urbana e à dinâmica gerada pela transformação de uma cidade portuária em pólo terciário de toda uma região. A modernização da cidade nesse período não resultou, portanto, de uma grande transformação política ou econômica, mas constitui uma primeira tentativa de mudança de imagem, destinada a superar um passado colonial o mesmo glorioso e fracassado.⁴⁷

⁴⁴ ARAÚJO, Ubiratan Castro de. Salvador Era Assim: Memórias da Cidade, Salvador: Instituto Geográfico e Histórico da Bahia, 1999, p. 172.

⁴⁵ NASCIMENTO, Anna Amélia Vieira. Dez freguesias da cidade do Salvador: Aspectos sociais e urbanos do século XIX. Salvador: Fundação Cultural do Estado da Bahia, 1986, p. 204.

⁴⁶ CORREIO DA BAHIA, Bombardeio de 1912: Episódio foi o dramático capítulo final da gradual ascensão de Seabra em direção ao governo, 05 de setembro de 2004. disponível em http://www.clubecorreio.com.br/reporter/noticia_impresao.asp?codigo=99882, acesso em [06.06.2008]

⁴⁷ SANT'ANNA, Márcia; FERNANDES, Ana; UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Arquitetura. A Cidade-Atração: A norma de preservação de centros urbanos no Brasil dos anos 90. 2004. Tese (Doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Arquitetura, 2004.

No entanto, os melhoramentos urbanos de Seabra não alteraram a configuração da cidade colonial. A mutilação e demolição de algumas antigas e valiosas construções, entretanto, suscitaram protestos da elite baiana intelectualizada e ensejaram as primeiras propostas de proteção do patrimônio urbano que se tem notícia no país.

Os ventos da modernização sopraram forte em Salvador no primeiro governo de Seabra. Levaram consigo a antiga Igreja de São Pedro Velho, a Igreja das Mercês e parte da Igreja da Ajuda - as primeiras derrubadas e a segunda cortada ao meio para facilitar o tráfego nas novas avenidas. O prédio do Senado estadual também foi semi-derrubado, e o que sobrou foi doado ao Instituto Histórico e Geográfico da Bahia. Até o Mosteiro de São Bento estava na mira dos reformadores que, felizmente, acabaram desistindo de derrubá-lo.[...] Salvador perdeu vários edifícios coloniais de grande valor histórico e ganhou em troca a Avenida Sete de Setembro, a mais importante obra iniciada no primeiro governo de J. J. Seabra.⁴⁸

As idéias modernistas buscavam preservar no centro apenas os monumentos e edifícios mais importantes. Nesse sentido, o Escritório do Plano de Urbanismo da Cidade do Salvador – EPUCS propôs “um desenho radiocêntrico que tomava a área central como pólo irradiador de um sistema de grandes avenidas, a serem implantadas ao longo dos vales, com vistas a se articular as várias zonas da cidade ao centro”⁴⁹. Embora não tenha sido implantado, o objetivo era transformar a malha viária e o tecido antigo para obter uma “Estação Central de Tráfego”.

Contudo, o impacto do primeiro surto de industrialização fez com que os responsáveis pelo patrimônio histórico se voltassem a uma preservação mais larga dos bens tombados. Essa idéia pressionou e limitou interferências construtivas e, em consequência, houve um intenso processo de abandono das edificações nos setores protegidos, transferindo, assim, os recursos para outras áreas da cidade.

A instalação da Petrobrás no município de Simões Filho na década de 40 foi o primeiro passo para a industrialização. Sua consolidação veio em seguida, nos anos 60 e 70, com as implantações do Centro Industrial de Aratu e do Pólo Petroquímico de Camaçari. Essa atividade industrial atraiu e concentrou grande parte dos investimentos e da renda na

⁴⁸ CORREIO DA BAHIA, Bombardeio de 1912: Episódio foi o dramático capítulo final da gradual ascensão de Seabra em direção ao governo, 05 de setembro de 2004. disponível em http://www.clubecorreio.com.br/reporter/noticia_impresao.asp?codigo=99882, acesso em [06.06.2008]

⁴⁹ SANTOS NETO, Isaías de Carvalho. Centralidade Urbana: Espaço e Lugar: esta questão na cidade do Salvador, Tese de Doutorado à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo: 1991, p. 78-88, in: SANT’ANNA, Márcia; FERNANDES, Ana; UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Arquitetura. A Cidade-Atração: A norma de preservação de centros urbanos no Brasil dos anos 90. 2004. Tese (Doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Arquitetura, 2004.

região metropolitana de Salvador, modificando o perfil da economia do estado e reforçando a reordenação do território da cidade e de sua região, criando núcleos autônomos e auto-suficientes.

Este fato aliado à Política Nacional de Habitação Popular, mantida pelo Banco Nacional de Habitação, contribuiu para o surgimento de novos aglomerados urbanos em Salvador. A favor desse processo a função comercial e de serviços dinamiza e descentraliza com a criação dos novos sub-centros.

O centro, então, passa a não mais atender às demandas da cidade e Salvador tem seu centro expandido e evoluído para outras regiões. A cidade sofre um intenso processo de modernização econômica que transformou sensivelmente a sua estrutura ganhando novos centros comerciais e administrativos, e novos bairros geográficos.

Assim, para diminuir as necessidades de grandes deslocamentos em Salvador, na década de 70, surge o não planejado sub-centro do Vale do Camaragipe, Iguatemi-Rodóviária:

[...] diante do centro que se foi afirmando durante séculos, resultado da organicidade da vida urbana e da vida regional imediata e da vida regional distante, de repente se decide criar um novo centro, um centro completamente artificial, como chamávamos antigamente, hoje o novo centro de Salvador, que igualmente teria a localização excêntrica se a realidade dos transportes não fosse outra.⁵⁰

Nascem outros centros de trocas, comércio, *shoppings centers* e hipermercados. Os órgãos e empresas públicas migram para o novo centro administrativo, o CAB – Centro Administrativo da Bahia, esvaziando ainda mais a região. O centro foi, assim, se tornando um local abandonado.

Hoje, segundo Maria de Azevedo Brandão (1995), o centro comercial tradicional de Salvador abriga parte da administração municipal, funções de comércio, serviços privados mais populares, bancos e uma população residente em parte dependente do trabalho local e com grande necessidade de promoção socioeconômica, além de grupos locais e recém chegados de classe média.

Além disso, Ângela Franco (1993) afirma que o centro de Salvador continua sendo referência cultural e palco de manifestações populares compartilhado por todas as classes sociais:

⁵⁰ SANTOS, Milton. O centro da cidade do Salvador; Estudos de Geografia Urbana. Salvador: Publicações da Universidade da Bahia, 1959..

O desenvolvimento da cidade criou novos vetores econômicos e espaciais e, com isso, a área central acabou perdendo, gradativamente, algumas de suas características tradicionais. Ou melhor, acabou redefinindo-se e consolidando novas características. Novos pólos geradores de atividades foram surgindo sem que, no entanto, subtraíssem da área a sua identidade como centro de referência cultural e da cidadania para o conjunto da população da cidade. Desse ponto de vista, portanto, trata-se de um espaço compartilhado por todas as classes e grupos sociais de Salvador. De fato, as mais expressivas manifestações culturais e políticas ocorrem aí. O carnaval acontece na área central. As passeatas e os blocos desfilam por outras áreas da cidade mais como marketing e convocação para a grande apoteose que ali se dá.⁵¹

Brandão (1995) afirma que as principais tendências verificadas no centro de Salvador são:

- a) intensa redefinição de uso, com sérias implicações sobre a paisagem construída (degradação de estruturas arquitetônicas e logradouros);
- b) desconfiguração da centralidade urbana, com perda de várias funções administrativas e terciárias de alto nível;
- c) degradação da função residencial e progressiva substituição recente de casarões por prédios de apartamentos;
- d) desarticulação da Cidade Alta com o Comércio e com o sistema viário dos vales e
- e) existência de pequenos vazios e áreas de encosta cuja ocupação não controlada levará a uma ainda maior desconfiguração da paisagem.⁵²

Nesse sentido, Maria de Azevedo Brandão (1995) determina alguns pressupostos, segmentos de atividades que devem ser associados para formarem “conjuntos integrados de atividades de expressão local”.

O primeiro, a qualidade urbana, sugere a articulação entre as potencialidades e as necessidades de valorização do centro. Para tanto, busca-se:

- a) o fortalecimento da função cultural e política do centro;
- b) revigoramento da função residencial, sob um padrão não especializado;
- c) recuperação de pequenas manufaturas e “ofícios”, a fim de firmar-se o conceito de centro multifuncional e ligado a diferentes grupos sócias e à própria produção cultural;
- d) valorização e consolidação da função de “centro de negócio” (bancos, comércio varejista, serviços especializado, etc.) e
- e) desenvolvimento de atividades de hotelaria e alimentação.⁵³

Outro aspecto citado é a habitação. Segundo a autora deve-se:

- a) consolidação e promoção das ocupações residenciais existentes, inclusive a reinstalação da população hoje sob más condições de alojamento; incentivo à produção, adaptação e estruturas habitacionais para diferentes grupos (velhos, jovens, variados grupos de classe média) e

⁵¹ FRANCO, Ângela. Não Só de Referência Cultural (Sobre)Vive o Centro de Salvador, 1993, p. 32. IN: GOMES, Marco Aurélio A. de Filgueiras. Pelo Pelô: História, Cultura e Cidade, Salvador: EDUFBA, 1995;

⁵² BRANDÃO, Maria de Azevedo. Uma proposta de valorização do Centro de Salvador, 1995, p. 100. IN: GOMES, Marco Aurélio A. de Filgueiras. Pelo Pelô: História, Cultura e Cidade, Salvador: EDUFBA, 1995;

⁵³ Idem, p. 103.

- b) programas de financiamento e assistência, particularmente na preservação e restauração do casario e permanência e expansão de manufaturas, serviços e “ofícios” associados à habitação.⁵⁴

Quanto aos fatores econômicos, Brandão (1995) sugere:

- a) reestruturação do terciário e recuperação de funções de produção (microunidades) compatíveis com as demais funções;
- b) estímulo a atividades de hotelaria de diferentes portes, restaurantes, bares, confeitarias, para faixas variadas de renda;
- c) atração de unidades de ensino, extensão educacional, pesquisa, documentação, memória urbana e regional;
- d) programas de financiamento de empreendimentos geradores de emprego e
- e) promoção de atividades de treinamento e desenvolvimento empresarial.⁵⁵

A autora sugere ainda alguns projetos públicos que podem ser levados em conta para a qualidade dos centros:

- a) reorganização e desdobramento das instalações do governo municipal;
- b) drenagem e conservação das encostas em condições de risco e recuperação da cobertura vegetal, controle das ocupações precárias em expansão;
- c) recuperação e ampliação dos espaços públicos e abertura efetiva dos mesmos ao pedestre;
- d) reestruturação da circulação interna (pedestres e veículos), articulações com o resto da cidade e revisão/ampliação do sistema de estacionamento e
- e) implantação de nova sinalização, mobiliário público, iluminação e uso da toponímia tradicional popular.⁵⁶

Já referente aos aspectos legais, Brandão (1995) afirma que deve ser considerado:

- a) uso do solo;
- b) código de obras;
- c) ordenamento de atividades econômicas;
- d) vias e tráfego;
- e) preservação de áreas verdes e
- f) comunicação visual.⁵⁷

Esses pressupostos abordados por Maria de Azevedo Brandão (1995) podem contribuir para os processos de valorização dos centros. O centro de Salvador é, hoje, reflexo da ineficiência gestão da gestão pública e da paisagem urbana. Adotá-los contribuiria para o alcance de qualidade urbana perdida com o passar das décadas.

⁵⁴ BRANDÃO, Maria de Azevedo. Uma proposta de valorização do Centro de Salvador, 1995, p. 105. IN: GOMES, Marco Aurélio A. de Filgueiras. Pelo Pelô: História, Cultura e Cidade, Salvador: EDUFBA, 1995;

⁵⁵ Idem, p. 106;

⁵⁶ Idem, p. 106-107;

⁵⁷ Idem, p. 107.

3.2 ESTRUTURA SOCIOECONÔMICA

Segundo Ângela Franco (1993) a área central de Salvador concentra 26% dos estabelecimentos de comércio varejista e atacadista da cidade, excluindo serviços e outras atividades. Nesse contexto, os micro e pequenos estabelecimentos se sobressaem. São comercializados, principalmente, tecidos, calçados e confecções em geral. Em segundo plano estão os artigos de joalheria, louças, óticas, importados, cigarros e tabacaria.

Ainda segundo a autora, o centro é um espaço de consumo, sobretudo, para a população de renda média-baixa e baixa, sendo que esse mercado “propiciado pela baixa renda é expressivo, uma vez que o baixo poder aquisitivo individual é multiplicado por uma enorme massa de consumidores”.

Outro dado importante abordado por Franco (1993) é a forte presença do setor informal. Verifica-se o “fenômeno de convergência de uma pluralidade de formas de informalidade, desde aquelas relativamente legitimadas pela permanência até as mais eventuais onde se revela a complexa interdependência entre a concentração de algumas categorias de informais e a diversificação de modos de informalidade”.

Segundo dados da Secretaria Municipal do Planejamento, Urbanismo e Meio Ambiente - SEPLAN (2007), o comércio da área do centro da cidade é responsável hoje por 64 % dos empregos de Salvador. É, portanto, o grande absorvedor de força de trabalho formal ou informal. Nesse sentido, há uma relação direta com a estruturação da economia urbana, uma vez que envolve uma grande massa de trabalhadores e de consumidores.

4) PLANEJAMENTO E GESTÃO DA PAISAGEM

“A gestão da paisagem é inexistente”, afirma Minami⁵⁸. Embora exista uma série de obras de manutenção de serviços urbanos, observa-se que, na maioria das cidades, não existem políticas de identidade visual e a fiscalização é praticamente nula ou em baixos padrões. Assim, muitas vezes, a conservação das fachadas, das calçadas e dos equipamentos urbanos deixa a desejar, contribuindo para a degradação física e ambiental da paisagem.

Embora a poluição visual seja, hoje, um tema presente na discussão acerca da qualidade das cidades, no Brasil, existe uma grande carência em legislações que tratem do assunto, especialmente sobre os aspectos jurídicos da paisagem urbana. Nesse contexto, a poluição visual nas cidades brasileiras é combatida de forma indireta, ou seja, com leis e decretos que levam em consideração problemas pontuais, mas não a paisagem da cidade como um todo.

Regulamentos específicos sobre a publicidade são as principais limitações administrativas estabelecidas para o controle da legibilidade da paisagem urbana, justamente por ser diretamente associada à poluição visual. Ainda assim, são observados anúncios publicitários:

“hipertróficos, com dimensões que não respeitam a escala do pedestre, nem a via local e nem a massa edificada ao qual, obrigatoriamente, estes devem fazer referência. [...] A questão da paisagem urbana, nos aspectos que envolvem a sua comunicação visual e a disposição dos anúncios publicitários, pelo menos a metade deles está em situação irregular ou com licenciamento incorreto, pois sua permissividade como tal não pode ocorrer nesta circunstância ou neste local.”⁵⁹

A poluição visual se enquadra perfeitamente no conceito jurídico de poluição da Lei da Política Nacional do Meio Ambiente⁶⁰, nº 6.938, de 31 de agosto de 1981, uma vez que seus efeitos afetam as condições estéticas da paisagem urbana e causam reflexos na saúde e na qualidade de vida da população. Ela define “meio ambiente” no artigo terceiro, inciso primeiro, como "o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas" e poluição como "a degradação da qualidade ambiental resultante de atividades que direta ou

⁵⁸ MINAMI, Issao; JUNIOR, João Lopes Guimarães. A questão da ética e estética no meio urbano e por que todos devemos ser belezuras, *Arquitextos*, nº 15, texto especial nº 94, 2001, disponível em <http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq000/esp094.asp>;

⁵⁹ Idem;

⁶⁰ BRASIL. Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 2 de setembro de 1981.

indiretamente prejudiquem a saúde, a segurança e o bem-estar da população e afetem as condições estéticas ou sanitárias do meio ambiente", no mesmo artigo, inciso terceiro.

Percebe-se, assim, que o Estado brasileiro passou a despertar para a questão ambiental com o objetivo de regular as atividades de impacto ao meio ambiente para a proteção do patrimônio e da integridade individual. Na lei nº6.938/81, a poluição visual não é abordada de modo direto, como a utilização e responsabilidades com o ecossistema e os recursos naturais. Contudo, nota-se que, de certo modo, é uma abertura para possíveis e urgentes alterações na Lei.

4.1 PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO URBANO DO MUNICÍPIO DE SALVADOR – PDDU: ASPECTOS PARA A QUALIDADE AMBIENTAL URBANA

Como foi anteriormente explanado, a qualidade ambiental urbana relaciona aspectos físicos, psicológicos e visuais da paisagem. Nesse sentido, o Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano traça diretrizes para a qualidade ambiental, especialmente, através das definições dos Sistemas de Áreas de Valor Ambiental e Cultural e do Programa Municipal de Qualidade Urbana. Sobre poluição visual, a Lei pouco trata, embora este seja um dos principais aspectos ser combatido para alcançar a qualidade dos ambientes.

Numa abordagem introdutória, o PDDU⁶¹ traz o conceito de “Áreas de Valor Urbano Ambiental”:

São espaços do Município, públicos ou privados, dotados de atributos materiais e/ou simbólicos relevantes do ponto de vista ambiental e/ou cultural, significativos para o equilíbrio e o conforto ambiental, para a conservação da memória local, das manifestações culturais e também para a sociabilidade no ambiente urbano.

Sobre estas áreas, o capítulo V, no artigo 213, a Lei explicita a criação do Sistema de Áreas de Valor Ambiental e Cultural – SAVAM, para as quais “o Município estabelecerá

⁶¹ SALVADOR. Lei nº 7.400/08, de 20 de fevereiro de 2007. Dispõe sobre o Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano do Município do Salvador – PDDU 2007 e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2 de setembro de 1981.

planos e programas de gestão, ordenamento e controle, visando à proteção ambiental e cultural, de modo a garantir a perenidade dos recursos e atributos existentes”.

O SAVAM é composto por dois subsistemas: o Subsistema de Unidades de Conservação e o Subsistema de Áreas de Valor Urbano-Ambiental. O primeiro caracteriza-se por ser de relevante valor ecológico e sociocultural, apresentando sítios naturais, diversidade biológica, proteção aos mananciais e à qualidade dos recursos hídricos, conservação de espécies da flora e fauna específicas, dentre outros. O segundo, e mais relevante nessa discussão, é constituído por áreas com valores naturais descaracterizados em relação às suas condições originais, áreas com elementos, cenários e marcos de referência vinculados à imagem, à história e à cultura local e espaços abertos estruturados para o lazer da população.

O Plano de Desenvolvimento Urbano de Salvador subdivide, então, as Áreas de Valor Urbano-Ambiental em Áreas de Proteção de Recursos Naturais – APRN, Áreas de Proteção Cultural e Paisagística – APCP, Áreas de Borda Marítima – ABM, Espaços Abertos de Recreação e Lazer – ERL e Áreas Arborizadas – AA. Elas são significativas para alcançar “o equilíbrio e o conforto ambiental, para a conservação da memória local, das manifestações culturais e também para a sociabilidade no ambiente urbano”.

As Áreas de Proteção de Recursos Naturais são, em geral, de pequena extensão, com ecossistemas singulares, em áreas cujos valores naturais encontram-se parcialmente descaracterizados, urbanizadas ou em processo de urbanização, mas que justificam proteção em razão das funções desempenhadas no ambiente urbano.

As Áreas de Proteção Cultural e Paisagística são destinadas à conservação de elementos significativos do ponto de vista cultural, que estão ligados à memória, pluralidade e diversidade de manifestações e formas de expressão das identidades da sociedade local, e para a imagem ambiental urbana, compreendendo conjuntos monumentais ou monumentos individuais de valor histórico e/ou cultural, áreas com edificações e ambiências de valor simbólico e/ou significativo para a cultura da cidade e áreas de interesse arqueológico.

A Área de Borda Marítima é a faixa de terra em contato com o mar, compreendida entre as águas e os limites em que é definida a silhueta da Cidade.

Os Espaços Abertos de Recreação e Lazer são áreas urbanizadas, que podem, ou não, ter atributos naturais, destinadas ao convívio social, ao lazer, à prática de esportes e à recreação da população, compreendendo os parques urbanos e os espaços abertos.

As Áreas Arborizadas são áreas edificáveis dotadas de conjuntos de vegetação que exercem as funções ambientais de contribuir para a permeabilidade do solo, recarga dos aquíferos, controle da erosão do solo e dos alagamentos, o conforto climático, sonoro e visual, a qualidade do ar e a imagem ambiental urbana.

As áreas de valor ambiental, de fato, foram destacadas no planejamento do espaço urbano da Lei nº 7.400/08, muito embora algumas diretrizes apresentem-se contraditórias. Ela permite, por exemplo, a verticalização em uma escala de 6 a 45 metros em áreas mais centrais sem considerar as visuais ou a possibilidade de percepção da topografia da cidade.

Já o Programa Municipal de Qualidade Ambiental Urbana constitui-se num conjunto de metas a ser elaborado e implementado de forma gradativa e contínua. Tem por principais objetivos “contribuir para tornar Salvador uma cidade sustentável, racionalizar o uso dos recursos naturais, promover mudanças nos padrões de consumo e estimular o uso de tecnologias limpas, com menor produção de resíduos e maior capacidade de reaproveitamento ou disposição final dos mesmos, formar uma consciência pública voltada para a necessidade de melhoria e proteção da qualidade ambiental urbana e orientar o processo de uso e ocupação do solo do Município, respeitando as áreas de interesse ambiental e a necessidade de racionalização do uso dos recursos naturais”.

No que tange os aspectos de gestão da paisagem urbana, são diretrizes do Programa Municipal de Qualidade Ambiental Urbana:

I - adoção de mecanismos de autocontrole pelos empreendimentos ou atividades com potencial de impacto, como forma de compartilhar a gestão ambiental com o Município;

IV - fomento ao reconhecimento e à promoção de práticas sócio-ambientais adequadas pelo Poder Público Municipal e pela iniciativa privada;

VI - controle da produção, comercialização e do emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente urbano;

VIII - seleção dos grupos de produtos ou setores econômicos estratégicos para atuação do Programa Municipal de Qualidade Ambiental Urbana, identificando, simultaneamente, aqueles de maior impacto ambiental e de maior repercussão do poder de compra da Administração Municipal no mercado, visando a redução de sua carga prejudicial ao ambiente da cidade;

- X - estabelecimento de sistema de indicadores ambientais, a serem constantemente monitorados visando à melhoria da qualidade ambiental urbana no Município;
- XI - estímulo aos processos de certificações de qualidade ambiental no serviço público do Município;
- XIII - implementação de programa de monitoração e vigilância ambiental;
- XIV - estabelecimento das metas de qualidade ambiental e redução das emissões e cargas poluidoras existentes;

Embora cite o controle da poluição visual como um dos aspectos para promover a Qualidade Ambiental Urbana, sobre isso, o PDDU de Salvador deixa um vazio quando trata do Programa Municipal de Qualidade Ambiental Urbana, um dos instrumentos da Gestão Ambiental do Município. Assim como a Lei da Política Nacional do Meio Ambiente, o programa trata, explicitamente, apenas de medidas para o ecossistema e recursos naturais, deixando uma lacuna no que tange a poluição visual.

Sobre o assunto o Plano Diretor de Salvador, traz algumas considerações no Título IV, “Do Meio Ambiente”, tratando no segundo capítulo das diretrizes específicas da Política Municipal de Meio Ambiente. Nessa passagem, que tange aspectos ligados à conservação da qualidade ambiental, a Seção III trata do conforto ambiental urbano e inclui no artigo 28 a poluição visual.

Este artigo traz como diretrizes para o acompanhamento e controle da poluição visual em Salvador a:

- I - avaliação permanente da poluição visual nos espaços da cidade, visando:
 - a) organizar, controlar e orientar o uso de mensagens visuais de qualquer natureza, respeitando o interesse coletivo, as necessidades de conforto ambiental e as prerrogativas individuais;
 - b) garantir os padrões estéticos da cidade;
 - c) garantir as condições de segurança, fluidez e conforto na mobilidade de pedestres e de veículos;
- II - promoção de medidas de prevenção e recuperação de áreas críticas, mediante o disciplinamento do uso de mensagens visuais;
- III - implantação de sistema de fiscalização efetivo, ágil, moderno, planejado e permanente;
- IV - manutenção visual da Orla Atlântica e da Baía de Todos os Santos.⁶²

Além disso, o PDDU trata de modo indireto da poluição visual na Seção IX, “Do Estudo de Impacto de Vizinhança”, que é um documento técnico exigido pelo Executivo Municipal para a concessão de licenças e autorizações de construção, ampliação ou funcionamento de empreendimentos ou atividades que possam afetar a qualidade de vida da população residente na sua área de influência. A relação entre a paisagem urbana e a

⁶² SALVADOR. Lei nº 7.400/08, de 20 de fevereiro de 2007. Dispõe sobre o Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano do Município do Salvador – PDDU 2007 e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2 de setembro de 1981.

poluição visual é tratada especialmente quando considera as alterações na paisagem e obstrução de marcos visuais significativos para a imagem da cidade e na conservação do ambiente natural e construído.

Observa-se, portanto, no Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Salvador, que a gestão da paisagem e a poluição visual são abordadas com algumas lacunas. Estas, de tão genéricas, podem torna-se permissivas e, de alguma forma, comprometer a legibilidade da paisagem urbana e, conseqüentemente, a qualidade de vida da população.

4.2 PUBLICIDADE EM SALVADOR (DECRETO Nº 12.642/00)

Segundo Camila Mendes⁶³, a Lei nº 1.826, de 10 de julho de 1914, foi primeira que tratava da regulamentação da publicidade exterior. Ela surgiu com o intuito de regulamentar a publicidade em idioma estrangeiro, em consequência da importação de anúncios dos Estados Unidos. Entretanto, àquela que estabeleceu restrições à instalação de anúncios no ambiente urbano foi a Lei nº 3.247, de 8 de dezembro de 1928.

Nesse sentido, em Salvador, a Superintendência de Controle e Ordenamento do Uso do Solo do Município – SUCOM foi criada pela Lei nº 3.994, de 29 de junho de 1989, com o intuito de supervisionar, acompanhar, fiscalizar e planejar o cumprimento das normas relativas ao ordenamento do uso e ocupação do solo do Município. Regulamentar a publicidade é, portanto, uma de suas atribuições que, na cidade, é regida pelo Decreto nº 12.642, de 28 de Abril de 2000.

Este decreto normatiza a divulgação de mensagens publicitárias no município de Salvador, por qualquer meio, em logradouros públicos e em locais expostos ao público. Ele dá bases para que a prefeitura estabeleça o poder de polícia administrativa e, deste modo, seja assegurada a compatibilidade entre os interesses individuais e coletivos entre os diversos agentes atuantes (organizações e cidadãos), com o intuito de promover a melhoria da paisagem de Salvador. Nesse sentido, tem-se como objetivo garantir, especialmente, a segurança e o conforto de pedestres, veículos e edificações, a

⁶³ MENDES, Camila Faccioni. Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta. São Paulo, SENAC, 2006, p. 112;

preservação de valores paisagísticos e culturais da cidade e o bem estar físico e mental da população.

Para regulamentar o decreto de modo coerente, foram tipificados os meios disponíveis para a propagação das mensagens visuais de marcas, produtos, mercadorias e serviços. Esses canais são os letreiros, os outdoors, os painéis, as bóias ou flutuantes, os balões, outros infláveis e similares, as faixa rebocadas por avião, os porta-faixas, os galhardetes ou estandartes, e ainda, as torres de caixa d'água, os toldos, os veículos, os equipamentos ambulantes, os muros, as empenas, os tapumes, os folhetos, prospectos, bonés, abanos e similares, os audiovisuais e o mobiliário urbano.

Os critérios para a colocação de materiais publicitários no espaço público de Salvador obedecem os danos causados à terceiros, ao meio antrópico, natural e urbanizado e à circulação. No que tange aspectos da preservação da paisagem urbana de Salvador, o decreto proíbe a colocação de qualquer meio ou exibição de anúncio que:

- 1) impeça ou comprometa, mesmo que parcialmente, a visualização de imóveis e outros bens significativos;
- 2) quando, devido às suas dimensões, formas, cores, luminosidade ou por qualquer outro motivo, prejudique a perfeita visibilidade e compreensão dos sinais de trânsito e de combate a incêndio, a numeração imobiliária, a denominação dos logradouros e outras mensagens destinadas à orientação do público;
- 3) em monumentos tombados pela União, Estado ou Município, exceto nas situações previstas na Lei 5.503/99 (Código de Polícia Administrativa do Município do Salvador) e quando autorizado pelas instituições das respectivas esferas de poder;
- 4) na pavimentação das vias e nos meios-fios;
- 5) em praças, calçadas, calçadões e jardins, exceto nos casos previstos no Decreto;
- 6) em elementos do mobiliário urbano;
- 7) em cobertura e apoiados diretamente na marquise de edificações;
- 8) sem acabamento final adequado em todas as suas superfícies ou que não esteja bem conservado, no que tange a estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual, ou que não ofereça condições de segurança ao público.

- 9) quando colado ou pintado nas colunas, paredes e demais partes externas da edificação, excetuando-se as situações previstas no Decreto;
- 10) nas margens de rios, lagos, lagoas e represas, a uma distância inferior à trinta metros da linha da cheia máxima;
- 11) em cavaletes ou similares, nos logradouros públicos, exceto nas situações previstas neste Decreto;
- 12) sempre que prejudique a paisagem natural e construída ou a perspectiva visual;
- 13) em posição que venha obstruir a visualização de engenhos já existentes.
- 14) faixas veiculando mensagens e afixadas em suportes preexistentes dos estabelecimentos ou em áreas públicas;
- 15) mensagens veiculadas por placas, faixas, estandartes, flâmulas ou bandeiras portados por pessoas, exceto as institucionais, culturais ou de interesse público.

Considerando os canais mais utilizados em Salvador, ou seja, os letreiros, os outdoors, os autoportantes, as empenas, os veículos, os muros e o mobiliário urbano, o decreto delibera algumas definições específicas.

Os letreiros que possuem a publicidade associada ao nome do estabelecimento não poderão ultrapassar 1/3 (um terço) da área do anúncio e deverá se referir exclusivamente aos produtos e serviços correlatos com a atividade principal do estabelecimento. Deverão ser considerados, ainda, a largura da fachada e o recuo da edificação, para preservar o número de vagas de estacionamento, bem como a área de circulação de pedestres.

Os outdoors são permitidos quando localizados em imóveis voltados para as vias enquadradas como Expressa, Arterial I e II, Coletora I e II, podendo ser instalados em imóveis edificados, ou não, respeitado, especialmente, o afastamento mínimo de 1,50m (um metro e cinquenta centímetros) para qualquer edificação. É exigido tratamento estético para as faces visíveis, exploradas, ou não.

Quanto aos autoportantes (backlights, frontlights, triface, eletrônico publicitário, orientadores, dentre outros), admite-se um agrupamento de painel frontlight, sempre do mesmo concessionário, composto de no máximo 03 unidades, com afastamento máximo entre si de 2,0 m (dois metros), todos com altura máxima de 7,0m (sete metros) em relação à cota de implantação, dispendo cada uma das unidades de quadro com área máxima de 27m² (vinte e sete metros quadrados). Os autoportantes só poderão divulgar

anúncios com mensagens publicitárias, institucionais ou mistas, quando iluminados, toda a instalação elétrica deverá ser embutida em tubulação apropriada, sendo, ainda, exigido autorização para todas as faces exploradas e, para aquelas visíveis e não exploradas, será exigido tratamento estético.

Embora o Decreto 12.642/00 defina algumas diretrizes para regulamentar a publicidade em Salvador, observa-se no cotidiano que essas determinações não são cumpridas. Especialmente nas áreas onde o comércio popular é intenso, a SUCOM, órgão responsável pela liberação e fiscalização das peças publicitárias, omite-se e, conseqüentemente, a paisagem urbana desses lugares torna-se complexa e visualmente comprometida.

5) POLUIÇÃO VISUAL: DO LARGO DE SÃO PEDRO AO MOSTEIRO DE SÃO BENTO

Para a realização deste estudo sobre poluição visual foi escolhido o trecho da Avenida Sete de Setembro, em Salvador, que se estende do largo de São Pedro ao Mosteiro de São Bento. Segundo o Plano Diretor da cidade, o local compreende o Centro Municipal Tradicional – CMT (ver Anexo A), zona que inclui o Centro Histórico de Salvador.



**Figura 8: Avenida Sete de Setembro. Em vermelho, destaca-se o trecho em que o estudo foi realizado: Largo São Pedro ao Mosteiro de São Bento.
Fonte: Google Earth, versão 4.2, 2008.**

Correspondendo à região vinculada a manifestações populares, culturais, cívicas e a atividades governamentais, sua dinamicidade é promovida, também, pela proximidade a grandes terminais de transporte, como a Estação da Lapa, o Terminal da França e da Barroquinha, e de cargas, no porto de cidade.

Nesse contexto, segundo dados da Secretaria Municipal do Planejamento, Urbanismo e Meio Ambiente (2007), no local circulam cerca de trezentas mil pessoas por dia⁶⁴. No horário comercial, especialmente, há um fluxo intenso de transeuntes que circulam por entre lojas ou, simplesmente, desejam chegar a uma das localidades adjacentes, como o Politeama e as Mercês. A densidade populacional, na Avenida Sete, visualmente, parece ainda maior, uma vez que as calçadas estreitas e os obstáculos nela instalados dificultam a acessibilidade e motivam os pedestres a andarem pelas vias para veículos.

Embora pouco percebidos pelo fluxo de pessoas que transitam na avenida, os antecedentes históricos da paisagem do centro da cidade demonstram uma heterogeneidade arquitetônica. Essa área tradicional da cidade, onde prevalece uma arquitetura do século XIX e início do século XX, traduz uma configuração harmônica, pela multiplicidade da mistura de estilos, revelando um conjunto arquitetônico de valor inestimável.

Contudo, boa parte das edificações encontra-se em estado de conservação ruim. Sem compreender o valor histórico e cultural dessas edificações, para o contexto da cidade de Salvador, os comerciantes, donos dos sobrados, não investem na beleza própria das construções. Ao invés de investir na beleza natural da arquitetura de época e torná-la um diferencial desta parte do histórico centro comercial, deixam depreciar ou mesmo desabar com o tempo.

Uma pesquisa, feita a partir de uma amostra de trinta indivíduos, revelou a percepção de algumas pessoas que freqüentam ou já estiveram na avenida sobre seus aspectos funcional e visual. Foi solicitado a cada um deles que citassem algumas imagens, elementos e sensações que viessem em suas mentes quando imaginavam a Avenida Sete. Os resultados demonstraram que mais da metade dos entrevistados relacionaram a avenida à “desordem” e a “barulho”. Em ordem decrescente, foram mencionados, com freqüência, “camelôs”, “publicidade abusiva”, “muitas pessoas”, “sujeira e lixo”, “comércio”, “congestionamento”, “insegurança”, “calçadas estreitas”, “preço baixo”, “história”, “aperto”, “vendedores”, “fios elétricos”, “prédios”, “dinâmica”, “pressa”, “carnaval”, “baixo poder aquisitivo” e “diversidade”. Em menor grau, menos de três vezes, foram citados “consumidor”, loja Grippon, loja C&A, criatividade, Relógio de São Pedro,

⁶⁴ PREFEITURA DE SALVADOR. Audiência pública discute revitalização da Avenida Sete. SEPLAN, Salvador, 28 de março de 2007, disponível em http://www.salvador.ba.gov.br/index.php?option=com_content&task=view&id=448&Itemid=42

cultura, árvores, prédios velhos, cansaço, pedinte, “cores” e, ainda, a associação às cores cinza, marrom e amarelo.

A paisagem da Avenida Sete é marcada pelo fluxo intenso de pessoas, veículos, sons e, principalmente, pelo comércio popular e pelos serviços diversificados. Sem planejamento, essa gama de atividades transformou o lugar em um enorme caos urbano, uma vez que os espaços não são bem definidos, e, conseqüentemente, os automóveis, as pessoas, os ambulantes e suas mercadorias disputam o mesmo ambiente.

Motivados pela confusão espacial, pelo desconforto e pela insegurança a que os consumidores são submetidos, muitos preocupam-se, apenas, em avistar os produtos expostos nas lojas. Com dificuldade para perceber o horizonte urbano e os elementos que o compõem, não contemplam a paisagem da Avenida Sete, enriquecida por sua arquitetura histórica e por seus monumentos.

Em meio a antigos casarões e sobrados, alguns elementos sobressaem-se no trecho da Avenida Sete escolhido. No Largo de São Pedro, destacam-se o Relógio de São Pedro e a da estátua Barão do Rio Branco. Mais adiante, no final do percurso, o Mosteiro de São Bento. Esses signos da paisagem urbana do centro de Salvador são marcos referenciais, uma vez que contrastam com o plano de fundo da avenida, por sua função, no caso do Relógio de São Pedro e da estátua do Barão do Rio Branco, ou por suas dimensões, como o Mosteiro de São Bento.



Foto 3: Relógio de São Pedro no Largo de São Pedro, em Salvador (2008).
Fonte: Acervo da autora.



Foto 4: Estátua em homenagem ao Barão do Rio Branco, também no Largo São Pedro (2008).
Fonte: Acervo da autora.



Foto 5: Lateral do Mosteiro de São Bento localizado no Largo de São Bento, em Salvador (2008).
Fonte: Acervo da autora.

O Relógio de São Pedro é um monumento francês feito em ferro fundido e granito, de autoria de Pasquale De Chirico e confecção de Henri Le Paute. Inaugurado em 15 de novembro de 1916, foi restaurado em 1999 e realizado, na ocasião, a colocação de gradil de proteção de ajardinamento. A escultura em forma de poste de iluminação possui seis metros e cinquenta centímetros de altura, tendo em sua parte superior quatro relógios

apoiados por quatro Atlantes (figuras antropomorfas). Acima do conjunto dos relógios, há um lampião, com a função, já ultrapassada, de iluminação. Essa estrutura do Relógio encontra-se apoiada sobre uma base redonda de granito em tom rosado.

De mesmo autor, a estátua do Barão do Rio Branco foi feita em 7 de setembro de 1919, em bronze e granito, em homenagem ao diplomata, político, jornalista, professor e historiador, José Maria da Silva Paranhos. No monumento de sete metros e vinte centímetros, o barão foi representado de pé na parte superior, no centro os territórios nacionais. Na parte frontal superior encontra-se inscrito “Amapá”. Do lado oposto, “Lagoa Mirim, ao lado direito “Acre”, ao lado esquerdo “Missões” e, na parte frontal inferior, “A Associação dos Empregados no Comércio da Bahia, com auxílio do povo, erigiu este monumento”, no interior de uma esfera ornada de estrelas e folhas de palmeiras nas laterais.

De projeto atribuído ao Frei Macário de São João, o Mosteiro de São Bento foi a primeira instituição beneditina construída fora da Europa. O edifício atual, que possui três pavimentos, foi construída ao longo de quatro séculos. Iniciado no último quartel do século XVII, o Mosteiro desenvolve-se em torno de um pátio, com destaque para a igreja ocupando uma de suas faces. Essa apresenta planta inspirada na Igreja de Gesù, de Roma, com cúpula no cruzamento do transepto e capelas laterais intercomunicantes. Na fachada, o corpo central é realçado pelo frontão barroco, que substitui um outro, clássico. As torres atuais, que na composição aparecem recuadas, são do final do século passado.

Embora os monumentos apresentem-se em grandes proporções, diante da quantidade de informações visuais encontradas em desordem, esses marcos acabam por ser escondidos na paisagem. No Largo São Pedro, por exemplo, as pessoas passam despercebidas e muitas, sequer, sabem da existência do Relógio de São Pedro e da estátua do Barão de Rio Branco, marcos que, naturalmente, deveriam ser referências.



Foto 6: Largo de São Pedro (2008). A visão da estátua Rio Branco é encoberta pela quantidade e pela disposição de camelôs no local.
Fonte: Acervo da autora.



Foto 7: O entorno da estátua Rio Branco tomada pelo comércio ambulante (2008).
Fonte: Acervo da autora.

No decorrer de todo o trecho da avenida, o comércio ambulante é intenso. Posicionado de modo desordenado, contribui para que os elementos da paisagem urbana do centro da cidade sejam encobertos. No Largo de São Pedro, por exemplo, essa característica é tão marcante, que mal se percebe a estátua do Barão do Rio Branco. Os camelôs ocupam as áreas que circundam o monumento, impedindo o acesso visual e, em certos locais, até mesmo físico.

Não é diferente com o Relógio de São Pedro. Embora seu entorno seja um pouco mais livre do comércio popular, equipamentos públicos mal posicionados dificultam a visualização do monumento e, embora suas funções sejam diferentes, disputam a atenção com os marcos, pela qualidade de suas proporções.



Foto 8: Telefone Público, módulo policial e banheiro químico são alguns dos elementos encontrados na paisagem urbana do Largo de São Pedro que interferem na visualização do Relógio de São Pedro (2008).
Fonte: Acervo da autora.

O comércio circunda também equipamentos urbanos de grande importância para a população. Os arredores do módulo policial do Largo São Pedro foram ocupados por camelôs, que buscam mais segurança para as mercadorias. No entanto, por impedir a visualização da amplitude da paisagem e do conjunto, a segurança coletiva é comprometida. O módulo policial perde sua função.



Foto 9: Módulo policial localizado próximo ao Relógio de São Pedro.
Fonte: Acervo da autora.



Foto 10: À direita, o banheiro posicionado no centro do Largo de São Pedro. O mobiliário urbano foi transformado em um meio de divulgação e apresenta um anúncio de uma universidade particular (2008).
Fonte: Acervo da autora.

Nesse sentido, muitos equipamentos urbanos, com funções perdidas ou mal posicionados como lixeiras, banheiros e postes de iluminação, são alguns exemplos de obstáculos por que pedestres precisam desviar-se para transitar nas vias de circulação, em alguns pontos muito estreitas, ou quando querem, simplesmente, observar a paisagem.

Um elemento desse contexto, que se destaca no Largo de São Pedro, é o banheiro químico. Diferente do padrão, comumente encontrado por Salvador, de cor verde, feito em plástico, esse equipamento é feito em aço escovado e possui proporções muito maiores que o modelo usual. Embora o banheiro esteja no espaço público, ele é pago. O que chama a atenção é que esse mobiliário urbano perdeu a função de banheiro, uma vez que não funciona, e é utilizado, apenas, como meio para veiculação de peças publicitárias. Instalado entre a estátua do Barão do Rio Branco e o Relógio de São Pedro, no meio da via de circulação de pedestres, o banheiro tornou-se um obstáculo.

Outro exemplo é o módulo policial. Embora marque o seu tempo, no espaço, não representando um “falso-histórico”, a forma modernista do módulo policial destoa do contexto em que está inserido. A arquitetura antiga apresenta características neoclássicas, com destaque para as formas sinuosas e a riqueza de detalhes. Já a arquitetura moderna traz formas geométricas sisudas, que são quebradas com materiais que sugerem

delicadeza, como o vidro, e estabilidade, como o metal. O módulo policial, no entanto, apresenta formas pontiagudas, geométricas, mas que, associadas ao material utilizado para sua confecção, o concreto, transmite a sensação de peso e instabilidade, típicas de equipamentos pré-moldados.

A sujeira é outro aspecto nítido da paisagem do trecho. O lixo, produzido pela atividade comercial, acabou tornando-se referência do lugar. Restos de alimentos, de madeira, de papéis, de plásticos e tudo que não é de interesse dos comerciantes, de ambulantes e de pedestres são descartados nas vias ou, mesmo, nos monumentos.



Foto 11: À frente, o lixo produzido pela atividade comercial, e, ao fundo, a estátua do Barão do Rio Branco, sem cobertura vegetal (2008).

Fonte: Acervo da autora.



Foto 12: Sem projeto paisagístico, o monumento ao Barão do Rio Branco serve como depósito de lixo (2008).

Fonte: Acervo da autora.

O entorno do monumento ao Barão do Rio Branco encontra-se em péssimo estado de conservação. Embora a arborização, no espaço público, ajude a acentuar ou a neutralizar certas características da arquitetura e a conferir singularidade aos espaços urbanos, a praça não possui projeto paisagístico. O solo encontra-se sem gramíneas e os resquícios de plantas, encontrados no local, não possuem relação histórica ou simbólica com o monumento. Durante o período do carnaval, os populares utilizam o espaço para observar a passagem dos tiros elétricos, danificando, ainda mais, a cobertura vegetal.



Foto 13: Ambulantes da Área 10, Rua 11 de junho. Comércio de alimentos e artefatos junto à estacionamento de motocicletas e lixo (2008).

Fonte: Acervo da autora.

Embora o poder público tenha projetado e aprovado o zoneamento das áreas de comércio ambulante, na prática, não há controle e, assim, as determinações não são cumpridas. Observa-se a combinação do comércio de alimentos com de outros produtos, reforçando, desse modo, a sensação de sujeira.

Outro ponto observado é a poluição visual, provocada pelo compartilhamento das redes de energia elétrica e de telecomunicações. Transparecendo a falta de ordenação mínima, na fiação aérea, em certos pontos da paisagem do trecho entre o Largo de São Pedro e o Mosteiro de São Bento, ela encontra-se de modo tão denso que se torna difícil contemplar as fachadas históricas. Além disso, põe em risco os passantes, uma vez que se apresenta sem parâmetros de qualidade, de segurança e de proteção ao meio ambiente.



Foto 14: Fiação aérea do Largo de São Pedro (2008).
Fonte: Acervo da autora.



Foto 15: Fiação aérea na Rua 11 de Junho, Largo de São Pedro (2008).
Fonte: Acervo da autora.



Foto 16: Fiação aérea do meio do trecho entre o Largo de São Pedro e o Mosteiro de São Bento, visto ao fundo (2008).
Fonte: Acervo da autora.



Foto 17: Emaranhado de fios elétricos e de telefonia dispostos sem qualquer parâmetro (2008).
Fonte: Acervo da autora.

A publicidade, na paisagem urbana da Avenida Sete, é uma das principais fontes de poluição visual do lugar. Ela se revela nas fachadas dos prédios e nas vias, através dos letreiros, de anúncios publicitários, de sinalização, empenas-cegas, de panfletos, de publicidade móvel, dentre outros meios de divulgação, feitos sem apuro visual ou estético, em seus elementos e na composição como um todo.

Diferente de outras regiões da cidade, onde existe um comércio mais sofisticado onde a publicidade se apresenta em de tamanho suficiente, para ser identificada por quem transite de carro ou a pé, a comunicação visual das lojas da Avenida Sete não é integrada à arquitetura. Nas fachadas dos estabelecimentos comerciais, o tratamento dos letreiros e a

visibilidade desses símbolos são considerados de menor importância, diante da exposição dos produtos e, por isso, não recebem a atenção adequada.



Foto 18: O letreiro da loja “Micheline”, sem manutenção, exibe o estado de conservação ruim (2008).

Fonte: Acervo da autora.



Foto 19: A Fachada da loja “Supermercado dos Tecidos” parece “gritar”. A fonte **bold**, na proporção em que foi utilizada, provoca um impacto visual grande, reforçada pela cor vermelha do fundo. Diante das lojas vizinhas, o letreiro apresenta dimensões de duas a três vezes maior (2008).

Fonte: Acervo da autora.



Foto 20: À direita, a fachada da loja “Borges Calçados”. À esquerda, a fachada da loja “Insinuante”. Na foto, é possível observar a disparidade do tamanho entre elas, embora não estejam no mesmo segmento de mercado (2008).

Fonte: Acervo da autora.



Foto 21: O Letreiro da “Laser Eletromagazine” cobre toda a fachada do edifício em que a loja está instalada. A peça de comunicação visual é tão grande que, para manter a proporção da marca, na aplicação do letreiro, foi preciso repeti-la três vezes (2008).

Fonte: Acervo da autora.

Apesar de todos os estabelecimentos comerciais funcionarem simultaneamente, as peças de comunicação visual são tratadas de forma isolada. As fachadas e os anúncios competem uns com os outros, numa briga para se destacar diante dos olhos dos consumidores. Os letreiros, por exemplo, aparecem, muitas vezes, em proporções gigantescos, com letras proporcionalmente grandes e cores fortes, que destoam do contexto.



Foto 22: No letreiro da loja “Supermercado do Bebê” observa-se que há uma maior preocupação em divulgar a fotografia da criança que da própria marca (2008).

Fonte: Acervo da autora.

Por se tratar de comércio popular, cujas marcas não são propagadas em outras mídias, os comerciantes divulgam, nos letreiros, anúncios e panfletos, apenas o nome da loja, os serviços, os produtos oferecidos ou imagens correlacionadas, uma vez que as identidades visuais, quando existentes, são pouco conhecidas.

Fachadas, suportes de alumínio e colunas laterais dos prédios apresentam-se saturadas de informação visual. Numa tentativa de aproveitar o máximo de espaço vazio, são fixados anúncios, cartazes e placas, tornando a comunicação ineficiente, uma vez que a maioria das mensagens não é apreendida. Quando retirados, os resquícios de papel, de cola e de fitas muitas vezes permanecem no local, dando um aspecto sujo.



Foto 23: Acima, anúncio fixado na coluna de um edifício e, ao seu redor, resquícios de papel da publicidade retirada do local (2008).

Fonte: Acervo da autora.

Há ainda casos de letreiros que são instalados muito acima do alcance visual do observador, para identificar estabelecimentos que funcionam em andares mais altos dos prédios. No entanto, tornam-se muito pequenos, diante da altura a que são expostos. Assim, as janelas transformam-se em expositores, uma saída para que os consumidores consigam observar o produto oferecido.



Foto 24: No Largo de São Pedro, janelas são usadas como expositores de mercadorias (2008).

Fonte: Acervo da autora.



Foto 25: Diante da complexidade da paisagem, anúncios fora de alcance visual confundem-se no contexto (2008).

Fonte: Acervo da autora.

Outro aspecto observado é a poluição visual, causada pela redundância de informações na comunicação visual. Em alguns trechos, do Largo de São Pedro ao Mosteiro de São Bento, são encontradas, em um mesmo edifício, próximas umas das outras, placas com as mesmas informações, mudando, em alguns casos, apenas o formato. Essa redundância é provocada, também, por grandes lojas e, não apenas, por comerciantes mais simples da Avenida Sete.



Foto 26: Além da repetição da marca da “Ricardo Eletro” cinco vezes no mesmo espaço, a fachada da loja é composta por dois letreiros com a mesma informação (2008).

Fonte: Acervo da autora.



Foto 27: Repetição da sinalização indicativa da loja Marisa (2008).

Fonte: Acervo da autora.

Vale ressaltar que a poluição, por meio de publicidade, não é causada, apenas, pelos comerciantes. O poder público também é fonte poluidora. Em um ponto da avenida, por exemplo, há uma empena-cega, com a indicação da localização do Serviço de Informação de Mão-de-Obra Turística - Simtur. As empenas-cegas, geralmente, são instaladas nas laterais de arranha-céus, para que sejam vistas à distância, uma vez que são meios de divulgação de grandes formatos, para alturas elevadas. O que mais chama a atenção no caso da empena-cega da Simtur, é que, diferente do usual, foi instalada de frente para a Avenida Sete, uma solução para divulgação encontrada, uma vez que, ao lado deste edifício, há um outro de mesma altura, impossibilitando a instalação na parte alta de sua lateral.



Foto 28: Empena-cega da SIMTUR instalada de frente para a Avenida Sete de Setembro (2008).
Fonte: Acervo da autora.



Foto 29: Placa de zoneamento nas “Novas áreas para ambulantes” no Largo de São Pedro (2008).
Fonte: Acervo da autora.

Na Avenida Sete, esta não é a única peça de comunicação visual promocional, oriunda do poder público encontrada. No Largo de São Pedro, o zoneamento para ambulantes é sinalizado em grandes proporções, no meio da calçada, através de uma placa feita em chapa galvanizada. Uma vez que esse zoneamento é inexistente, a placa serve, apenas, para divulgar uma ação da prefeitura que, de fato, não foi concretizada.



Foto 30: Letreiros em tamanhos simétricos instalados numa mesma localização nas fachadas.

Fonte: Acervo da autora.

Porém, na Avenida Sete, é possível encontrar, ainda, trechos em que as fachadas apresentam uma unidade visual. Embora não seja o padrão ideal, os letreiros encontram-se em formatos simétricos considerando-se os de outras lojas e, também, a arquitetura. São esteticamente mais agradáveis e integrados à paisagem, apresentando, portanto, uma certa identidade visual urbana.



Foto 31: A lateral esquerda da Avenida Sete de Setembro, na região do Mosteiro de São Bento, apresenta a mais limpa paisagem da via (2008).

Fonte: Acervo da autora.

A lateral do Mosteiro de São Bento traduz sensação de limpeza e, por isso, destaca-se no cenário da Avenida Sete. Embora em alguns casos sejam barreiras para a circulação dos pedestres, as árvores deste trecho ajudam a reforçar a imagem da avenida, tornando-se referência. O trecho transmite a sensação de que, após passar por todo o caos urbano da via, chegar ao Mosteiro de São Bento é garantia de tranquilidade preservada.

Livre da aglomeração de ambulantes, no local estão instaladas uma banca de revistas, um chaveiro e dois telefones públicos. A imagem remete a tempos remotos, quando as árvores e a limpeza visual faziam parte da paisagem urbana da Avenida Sete de Setembro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em relação aos aspectos ligados à poluição visual do trecho entre o Largo de São Pedro e o Mosteiro de Bento é importante destacar as seguintes conclusões:

As pessoas, de fato, não observam a paisagem da Avenida Sete de Setembro. Diante da complexidade da organização do espaço local e dos obstáculos encontrados, poucos conseguem contemplar os aspectos históricos, os monumentos e toda a riqueza das peculiaridades do centro tradicional.

Diante do caos, monumentos de grande valor histórico e cultural para a cidade, encontram-se escondidos em meio ao comércio informal e formal, a equipamentos urbanos, ou mesmo a aspectos naturais, como as árvores, uma vez que, dispostas nas estreitas calçadas ou muito próximas dos sobrados, omitem, significativamente, verdadeiros marcos.

Os fios elétricos e de telefonia dos postes da Avenida Sete de Setembro são uma das principais fontes responsáveis pela poluição visual no centro de Salvador. Eles dificultam a apreciação das edificações, uma vez que, densos e emaranhados, encobrem suas belezas naturais. Nesse sentido, uma solução é a utilização de redes subterrâneas, alternativa já utilizada em outras partes do centro da cidade, como no Pelourinho, contribuindo, assim, a preservar o patrimônio histórico.

Outro ponto observado na paisagem urbana do centro é a sujeira e lixo produzidos pelas atividades humanas no lugar. Diante da escassez de lixeiras e, principalmente, do hábito, os comerciantes, os ambulantes e os transeuntes, descartam seus resíduos nas vias de circulação, ou mesmo nos monumentos, que já se encontram em péssimo estado de conservação.

Os camelôs, um dos componentes da paisagem urbana mais citados durante as pesquisas, encontram-se dispostos de modo desordenado, muitas vezes misturando o comércio de alimentos ao de artigos.

Outro ponto relevante nessa discussão foi o fator “identidade”. Observou-se que este aspecto não vem sendo considerado, uma vez que são implantados na paisagem elementos sem qualquer referência com o lugar, como os citados banheiros públicos, módulos

policiais ou mesmo a vegetação que compõe o projeto paisagístico dos monumentos, apenas por fatores estéticos ou econômicos.

A poluição visual é motivada também por alguns estigmas. Muitos acreditam que placas, por exemplo, só chamarão atenção se forem grandes e coloridas. Do mesmo modo, por se tratar de comércio popular direcionado às classes menos abastadas, outros acreditam que a comunicação visual não precisa ser de qualidade, uma vez que esse perfil de consumidor do comércio popular não paga por qualidade. Deste modo, a comunicação visual não precisa ser esteticamente de qualidade.

As principais manifestações da poluição visual referentes à publicidade estão relacionadas à proliferação desordenada de anúncios, alterações nas fachadas com implantação de letreiros com estilos contrastantes, além de peças publicitárias com proporções e em localizações inadequadas.

Nesse sentido, não apenas os comerciantes são poluidores. O poder público é também responsável por grande parte da poluição encontrada no centro. A placa da Simtur implantada na Avenida Sete, por exemplo, reforça que o descumprimento da legislação municipal, não parte apenas dos pequenos empresários.

Esse estudo, no entanto, reconhece a importância da publicidade legal para a paisagem urbana das cidades contemporâneas e, por isso, defende que se desvincule a relação direta que existe entre a publicidade e a poluição visual, trazendo, assim, outros fatores que contribuem e estão, tão ou mais ligados, à poluição visual. Nesse sentido, deve-se buscar o cumprimento das leis para alcançar cidades mais legíveis e qualitativamente mais saudáveis.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS

ANTACLI, Bianca M. Bilton Signorini. **Aspectos Jurídicos da Poluição Visual**, cit., p. 44-45, in MENDES, Camila Faccioni. Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta. São Paulo, SENAC, 2006;

ARAÚJO, Ubiratan Castro de. **Salvador Era Assim: Memórias da Cidade**, Salvador: Instituto Geográfico e Histórico da Bahia, 1999;

BRANDÃO, Maria de Azevedo. **Uma proposta de valorização do Centro de Salvador**, 1995, p. 100. in: GOMES, Marco Aurélio A. de Filgueiras. Pelo Pelô: História, Cultura e Cidade, Salvador: EDUFBA, 1995.

BRASIL. Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências.

CAUDURO, José Carlos. **Design e Ambiente**, São Paulo: FAU-USP, 1978,;

CORREIO DA BAHIA, **Bombardeio de 1912: Episódio Foi o Dramático Capítulo Final da Gradual Ascensão de Seabra em Direção ao Governo**, 5 de setembro de 2004. disponível em http://www.clubecorreio.com.br/reporter/noticia_impressao.asp?codigo=99882, [06.06.2008]

CULLEN, Gordon. **Paisagem Urbana**, Lisboa: Edições 70, 1971,;

FERRARA, Lucrecia D' Alessio. **Poluição Visual e Leitura do Ambiente Urbano**, São Paulo: FAU-USP, 1976;

FRANCO, Ângela. **Não Só de Referência Cultural (Sobre) Vive o Centro de Salvador**, 1993, p. 32. in: GOMES, Marco Aurélio A. de Filgueiras. Pelo Pelô: História, Cultura e Cidade, Salvador: EDUFBA, 1995.

FRASER, James. **The American Billboard 100 years**, in MENDES, Camila Faccioni. Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta. São Paulo, SENAC, 2006;

LYNCH, Kevin. **A Imagem da Cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2006;

MARIANO DA SILVA, Liliane F. M. da; Marcia Maria C.; GUIMARÃES, Virgínia Maria G. E. **Paisagem Urbana: Uma Construção Através das Modas e dos Modos**, in TERRA, Carlos G.; ANDRADE Rens de O. (Org.). Coleção Paisagens Culturais, volume 1. Rio de Janeiro: Ed. EBA Publicações, 2008;

MATTOSO, Kátia M. de Queirós. Bahia: **A Cidade do Salvador e seu Mercado no Século XIX**. Salvador: Hucitec, 1978.

MELO, Francisco Inácio Homem de Melo. **Poluição ou Signofobia?**, cit. p. 22, in MENDES, Camila Faccioni. Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta. São Paulo, SENAC, 2006;

MENDES, Camila Faccioni. **Paisagem Urbana: Uma Mídia Redescoberta**. São Paulo: SENAC, 2006;

¹MINAMI, Issao; JUNIOR, João Lopes Guimarães. **A Questão da Ética e Estética no Meio Urbano e Por Que Todos Devemos Ser Belezuras**, São Paulo: Arqtextos, nº 15, texto especial nº 94, 2001, disponível em <http://www.vitruvius.com.br/arqtextos/arq000/esp094.asp>

NASCIMENTO, Anna Amélia Vieira. **Dez Freguesias da Cidade do Salvador: Aspectos Sociais e Urbanos do Século XIX**. Salvador: Fundação Cultural do Estado da Bahia, 1986;

PEREIRA, José Haroldo. **Curso Básico de Teoria da Comunicação**, Rio de Janeiro: Univercidade, 2ª Ed, 2003;

ROSSI, Aldo. **A Arquitetura da Cidade**, São Paulo: Martins Fontes, 2001;

SALVADOR. Decreto nº 12.642/00, de 28 de abril de 2000. Altera o Decreto n.º 12.392/99 e dá outras providências.

SALVADOR. Lei nº 7.400/08, de 20 de fevereiro de 2007. Dispõe sobre o Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano do Município do Salvador – PDDU 2007 e dá outras providências.

SANT'ANNA, Márcia; FERNANDES, Ana; UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. Faculdade de Arquitetura. **A Cidade-Atração: A Norma de Preservação de Centros Urbanos no Brasil dos Anos 90**, Tese (Doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Arquitetura, 2004.

SANTOS NETO, Isaías de Carvalho. **Centralidade Urbana: Espaço e Lugar - Esta Questão Na Cidade Do Salvador**, Tese de Doutorado à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo: 1991, p. 78-88, IN: SANT'ANNA, 2004.

SANTOS, Milton. **O Centro da Cidade do Salvador: Estudos de Geografia Urbana**. Salvador: Publicações da Universidade da Bahia, 1959;

SILVA, José Afonso da. **Direito Urbanístico Brasileiro**, São Paulo: Malheiros, 1997;

VARGAS, Heliana Comin. **A Lógica do Espaço Terciário: O Lugar, a Arquitetura e a Imagem do Comércio**. Tese de Livre Docência entregue, mas não defendida, à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo em 31/01/2000, in MENDES, Camila Faccioni; VARGAS, Heliana Comin. Poluição visual e paisagem urbana: quem lucra com o caos?, São Paulo: Arqtextos, nº20, texto especial nº 116, 202, disponível em <http://www.vitruvius.com.br/arqtextos/arq000/esp116.asp>

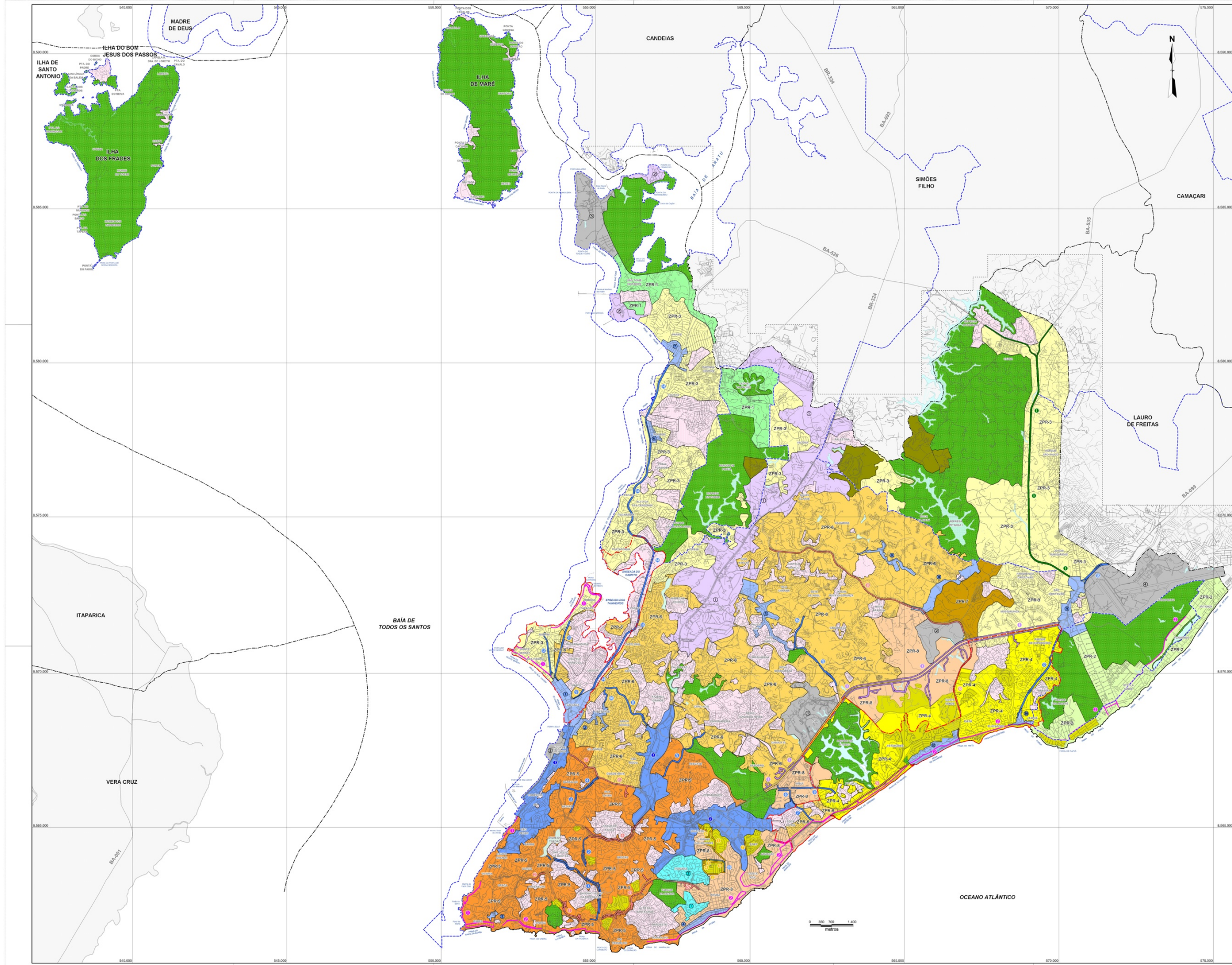
VARGAS, Heliana Comin. **Espaço Terciário: O Lugar, a Arquitetura e a Imagem do Comércio**, São Paulo: SENAC São Paulo, 2001;

WILHEIM, Jorge (coordenador). **Intervenções na Paisagem Urbana de São Paulo**, São Paulo: Instituto Florestan Fernandes de Políticas Públicas, 2000. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dimenstein/gilberto/pa.rtf> [23.04.2008]

ANEXOS

ANEXO A

**MAPA DE ZONEAMENTO PLANO DIRETOR DE
DESENVOLVIMENTO URBANO DE SALVADOR**



LEGENDA

ZONAS DE USOS RESIDENCIAIS
 ZONAS PREDOMINANTEMENTE RESIDENCIAIS - ZPR
 ZPR-1 ZPR-2 ZPR-3 ZPR-4 ZPR-5 ZPR-6 ZPR-7 ZPR-8
 ZONAS EXCLUSIVAMENTE UNIRRESIDENCIAIS - ZEU
 ZONAS ESPECIAIS
 ZONAS ESPECIAIS DE INTERESSE SOCIAL - ZEIS
 ZONAS SOB REGIME URBANÍSTICO ESPECIAL - ZRE
 Loteamento Vila Branca
 Loteamento Itagira

ZONAS DE USOS NÃO-RESIDENCIAIS
CENTROS URBANOS
 CENTROS MUNICIPAIS - CM
 Centro Municipal Tradicional - CMT
 Centro Municipal Camargão - CMC
 Centro Municipal Retiro / Azeite Norte - CMR
 SUBCENTROS MUNICIPAIS - SM
 Calçada
 Liberdade
 Barra
 Pólis
 Pau da Lima
 Paripueira
 Parque
 Capoeiras
 São Cristóvão
 Raposa
 Estrada Velha do Aeroporto
 Sagatiro

ZONAS INDUSTRIAIS - ZN
 Zona Industrial - ZN-1
 Zona Industrial - ZN-2

ZONA DE EXPLORAÇÃO MINERAL - ZEM

ZONAS DE USO ESPECIAL - ZUE
 Centro Administrativo da Bahia - CAB
 Parque Tecnológico
 Porto de Salvador
 Complexo Aeroportuário de Salvador
 Base Naval de Aratu

ZONA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL - ZPAM

CORREDORES DE USOS DIVERSIFICADOS
 CORREDOR SUPRAMUNICIPAL - CDS
 Av. Luís Viana Freixo
 CORREDORES MUNICIPAIS - CDM
 Av. André Garibaldi
 Av. Rêtor Miguel Calmon
 Av. Juracy Magalhães Júnior
 Av. Manoel Ferreira
 Av. Antônio Carlos Magalhães
 Av. Heitor Dias
 Via Pretaria
 Av. 29 de Março
 Av. Otávio Mangabeira / Pituaçu
 Av. Orlando Gomes
 CORREDORES REGIONAIS - CDR
 Av. Vasco da Gama
 Av. Graça Lessa (Vale do Ogumã)
 Rua Odina Dutra
 Rua Cônego Pereira / Av. J. J. Seabra
 Rua Silveira Martins
 Imbuí
 Boca do Rio
 Av. Jorge Amado
 Rua Rêgo Pacheco
 Estrada da Liberdade / Largo do Tanque
 Av. San Martin
 Av. Desceiros do Bonfim
 Av. Caminho de Anísio
 Av. Antônio Peixoto
 Av. São Rafael
 Av. Maria Luiza
 Av. Dorival Cayemi
 Rodovia BA-099
 Av. Pólis VI
 CORREDORES LOCAIS - CDL
 Alameda das Espatódias / Rua do Jacaré
 Rua das Hortências
 Rua das Rosas
 Rua Guller Mariz
 Rua das Dúas
 Alameda das Cajazeiras / Alameda das Seringueiras / Alameda das Limbozeiras / Rua do Trem / Alameda das Monguás
 Rua Arthur de Azevedo Machado
 CORREDORES ESPECIAIS DE ORLA MARÍTIMA - CDO
 Cria da Baía de Todos os Santos
 Orla Atlântica
 CORREDOR ESPECIAL IPTANGA - CDI
 Itatinga

OUTRAS DELIMITAÇÕES
 APA's Estaduais
 ÁREA PROPOSTA PARA OPERAÇÃO URBANA CONSORCIADA

SISTEMA VÁRIO BÁSICO
 Vias Existentes
 Vias Projetadas / Planejadas

LIMITES MUNICIPAIS
 Limite de Base Cartográfica (PDDU)
 Limite Intermunicipal

PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO URBANO - Salvador PDDU

LEI Nº 7.400 / 2008

MAPA 02 ZONEAMENTO

Escala: 1:35.000

ANEXO B

PESQUISA “IMAGEM DA AVENIDA SETE”

Gostaria de avaliar sua percepção sobre a Avenida Sete de Setembro, via localizada no centro de Salvador. Pra isso, responda essa pesquisa informando algumas **imagens, elementos e sensações**, que vêm em mente quando você pensa na **Avenida Sete**.

-
- 1. Andreia Santos <andryjesus18@yahoo.com.br>** **5 de junho de 2008 21:27**
confusão
desconforto
pressa
aperto
sujeira
-
- 2. Leonardo Nobre <sabotagi@hotmail.com>** **5 de junho de 2008 22:30**
carnaval
-
- 3. Carolina Guimarães <carolguimari@gmail.com>** **5 de junho de 2008 22:42**
gente
barulho
sujeira
carnaval
camelô
pessoal andando apressado
vendedores fazendo enxame na porta das lojas
-
- 4. Naiane Sousa <ketulla@hotmail.com>** **5 de junho de 2008 23:09**
barulho
empurrão
palmas dos vendedores
grito dos vendedores
ambulantes
loja grippon
loja c&a
fundação politécnica
loja esplanada
-
- 5. George Rocha <georgemairi@gmail.com>** **6 de junho de 2008 00:19**
desorganização
-
- 6. Luciana Thais <luciana_thais@hotmail.com>** **6 de junho de 2008 08:14**
desorganização
confusão

falta de segurança
falta de planejamento

7. Milena Coelho <milecoelho@gmail.com>

6 de junho de 2008 08:18

agonia
aperto
multidão
comércio
criatividade

8. Samuel Jr. <samukjr@gmail.com>

6 de junho de 2008 09:48

poluição visual
desordem
vernacular
informal
placa de sinalização
fios elétricos
centro da cidade
comércio
pechincha
baixo custo
relógio de são pedro
historia
cultura

9. Daiane Brizack <dailacta@hotmail.com>

6 de junho de 2008 11:42

caos
desordem
consumismo
sensação de estar perdida
rapidez dos pedestres
gritos dos ambulantes
comerciantes
barulho das buzinas
violência urbana.

10. Camila Rocha de Souza <kittymila@hotmail.com>

6 de junho de 2008 12:01

movimento
trânsito
confusão,
comércio
cores
multidão
história
passado x presente
camelô
loja
cliente

11. Chico Gaspar <fagaspar@gmail.com>

6 de junho de 2008 12:56

camelô
sujeira
multidão
desordem
cinza
asfalto
poeira
fumaça
"santinhos"
folhetos
engarrafamento
barulho

12. Isa Maciel <isa.urb@gmail.com>

6 de junho de 2008 14:47

multidão
confusão
calçadas estreitas para o fluxo de pedestres
fios de energia
copas das árvores muito próximas aos sobrados
edificações
beleza histórica
letreiros das lojas
comerciantes
construções depreciadas
muita "informação"
muitas lojas e letreiros juntos
desgaste
cansaço...
me sinto familiarizada com o local, já que moro bem perto, mas só passo ali por
necessidade...

13. João Barreto <tudo.eventual@gmail.com>

6 de junho de 2008 15:04

vendedores ambulantes
centro
calçadas estreitas
barulho
engarrafamento
ladeira da barra
ônibus

14. Gabriela Freitas <gabrielaurb@yahoo.com.br>

6 de junho de 2008 20:02

adornos e propagandas
monumentos
edificações antigas
faixas
propagandas
letreiros

confusa
dinâmica do comércio local
história
cabos de energia
sensação de que não existe nada de antigo de valor patrimonial
poluído visualmente
olhar para o chão com medo de tropeçar e cair
não consigo ter a sensação de admiração e perplexidade com os monumentos e casarões
comprar e sair o mais rápido possível das lojinhas
chineses
besteiras paraguaias por R\$ 1,99.

15. Barbara Costa <barbara_damasio1@yahoo.com.br> 7 de junho de 2008 08:39

lojas com preços ótimos
confusão de gente pra lá e pra cá
calçadas lotadas de vendedores ambulantes
vendedores gritando
clientes
ladrões
sujeira
calçada esburacada
prédios precisando de reforma
risco aos pedestres
praças precisando de manutenção
relógio de são pedro
trânsito intenso.
agonia

16. Maira Silva <maisilva@gmail.com> 7 de junho de 2008 09:43

povão
bugiganga
chorume
pivete
pedinte
cores
pessoas se batendo ao andar
compras
sacolas
carnaval

17. Danilo Alencar <contato@danelorisada.com> 7 de junho de 2008 10:27

paralelepípedo
sapatos
senhoras
amarelo
árvores
construções
marrom
grades
pedintes

agitação
drible
salvador
socorro
cabeças
bundas
bancadas
postes
pedras
ouro
tecido
roupas
gritos
molhado
agudo

18. Diego Santos <diegoeduardo_lopes@hotmail.com> 7 de junho de 2008 17:34

sujeira
barulho
poluição sonora
pobreza
comercio intenso
congestionamento
ruas estreitas

19. Carolina Magalhães <conversecomcarol@hotmail.com> 7 de junho de 2008 18:58

loucura
povo todo andando no meio da rua
calçadas ocupadas com vendedores ambulantes
mercadorias de todas as espécies
pessoas se batendo umas nas outras
cavalete humano ambulante
serviços variados
bijouterias
aparelhos celulares desbloqueados
Carrinhos de fruta
dvd pirata
sombriinhas
prédios
fios
letreiros

20. Manoel Neto <manoetouazar@hotmail.com> 7 de junho de 2008 19:19

trânsito louco
desorganizada
oportunidade para os excluídos socialmente
camelô.

21. Lua Bastos <luarichardson@hotmail.com> 7 de junho de 2008 19:44

sou louca por aquele lugar

infra-estrutura ruim
diversidade
possibilidade de viajar no tempo
lojinhas
artigos que já saíram de linha
armarinhos
novidades
brinquedinhos
lacinhos

22. Tâmara Sousa <talluama@hotmail.com>

7 de junho de 2008 22:36

sujeira
zoadada
agonia
medo
muita gente

23. Maria das Graças <galgracinha@hotmail.com>

8 de junho de 2008 06:16

Insegurança
confusão
desorientação
obstáculos

24. Carol <carol.reiner@gmail.com>

8 de junho de 2008 14:06

lama
suor
sujeira
poeira
ambulante
fedor
barulho
gente
agonia
carnaval
impaciência
pobreza
batalha
sufoco
alegria
música
carros

25. Heric Dehon <hericdehon@superig.com.br>

8 de junho de 2008 17:00

asfalto
concreto
fumaça
buzina

ônibus
lojas
camelôs
povo

26. Tanara Regis <tana.nadamais@gmail.com>

9 de junho de 2008 08:25

tumulto
desorganização
sujeira
barulho
calor
camelôs

27. Gleides Araújo <gleidesaraujo@gmail.com>

10 de junho de 2008 00:08

vendas
volumes
agitação
aglomeração
festa
ansiedade
agitação
correria
desconfiança
cuidado
vigilância
compras
prazer
alegria
confraternizações
pressa
observação
vantagens
produtos
sol
tumulto
população

28. Francisco Paixão <chiconline86@hotmail.com>

10 de junho de 2008 23:11

stress
descaso
pouco espaço
ambulantes

29. Patrícia Barbosa <patricia.barbosa@hsr.com.br> **11 de junho de 2008 11:00**

embalagens primárias (caixas de papelão)
sujeira
calçadas
fiação dos postes em excesso.

iluminação à noite diversificada (lâmpadas fortes e outras muitas claras)
alto tráfego
estacionamentos temporários
camelôs

30. Ana Menezes <ana.menezes@hsr.com.br>

11 de junho de 2008 13:28

agitação
tumulto,
ambulantes
poluição sonora
poluição visual