

# Planificação comunicativa do atêrro Glória-Flamengo

VICENTE LEMOS  
Especial para "O Estado"

No impressionante conjunto de obras do plano de urbanização do Rio de Janeiro, cabe uma referência especial ao plano do Aterro Glória-Flamengo. Essa imensa obra arquitetônica, considerada uma das maiores do mundo no seu genero, foi decorrença de uma circunstancia de ordem pratica: a necessidade de ser absorvida a enorme quantidade de terra proveniente do desmonte do morro de Santo Antonio, no centro da cidade.

Um movimento de terra da ordem de 10 milhões de metros cubicos conquistou ao mar uma area de 1,2 milhões de metros

iniciou a elaboração do seu plano em 1963, sendo portanto uma obra "in progress" da qual apresentamos aqui as primeiras soluções, tais como a marca-signo, o alfabeto a ser utilizado nas informações verbais e o poste, que opera como principal suporte do sistema de signos.

De um modo geral, a sinalização ou codificação visual tem em consideração três categorias de informações: 1 — marca-signo; 2 — informações de serviço, de entretenimento e de cultura; 3 — informações de transito.

A marca-signo, criada por Alexandre Wollner, deverá ser usada em sinalização, painéis administrativos, painéis, uniformes, frota de transportes, fachadas e deverá ter capacidade de produção em qualquer meio de reprodução, impressão e duplicação.

A marca, tal como define Wollner, é um signo visual de natu-

reza emblematica que demonstra determinada relação (relação de produção, de propriedade, de sociedade). A marca-signo do Grupo de Trabalho para a Urbanização do Aterro, designa uma relação de produção (trevo-urbanização).

A marca-signo do Aterro Glória-Flamengo pode ser assim descrita: Quadrado tendo como base um de seus vertices. Diagonais, uma paralela e outra vertical á base. Quadrado dividido pelos lados em 13 partes iguais. A cor foi definida por seleção. Os sinais atuais e convencionais de transito são vermelho, amarelo e azul. A cor laranja foi escolhida como padrão por não se encontrar simile nos sinais convencionais de transito e por resistir bem contra o "background" da natureza, mantendo contraste e otimo índice de visibilidade. Deverá somente ser usada como negativo contra fundo total sem ter como contorno figura geometrica regular ou irregular.

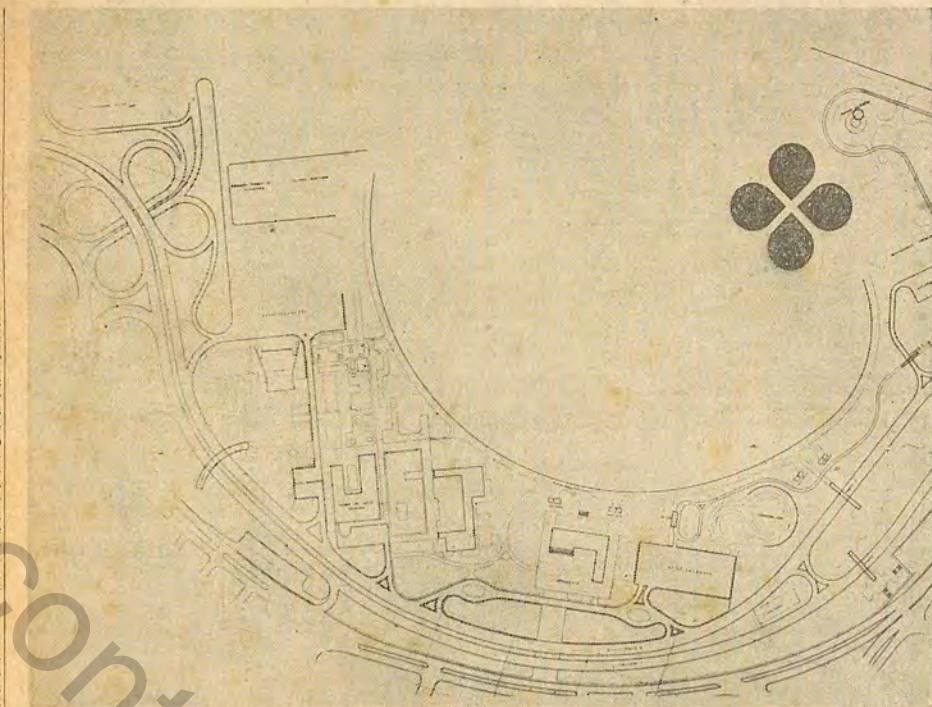
## ANALISE DA MARCA-SIGNO

A marca-signo pode ser analisada nas seguintes situações: Redução — como resultado da proporção das massas em relação ás linhas, a marca suporta reduções até 0,5 mm (mínimo normal), sem perda de leitura. Deformação e distorção: as principais características da marca permanecem, quando da repetição da marca como "pattern". Cores: as principais características da marca permanecem ainda, como contraste extremo, tomando por base a cor complementar do laranja indicado. Relevô: alto e baixo-relevô.

## PLANIFICAÇÃO COMUNICATIVA

Referindo-se ao programa do Projeto de Planificação Comunicativa Urbana para o Aterro, Alexandre Wollner salienta que a urbanização do Aterro, pelo caracter integral com que foi concebida, ofereceu a oportunidade excepcional de uma solução modelo para alguns problemas fundamentais que, até hoje, não foram planejados nem resolvidos satisfatoriamente em nenhuma cidade moderna. Em desses problemas, que não é o menor, é o da comunicação urbana.

Por comunicação urbana não se deve entender somente a rede de circulação material do Aterro — avenidas, passeios, passagens — pela qual os habitantes transitam e se trasladam, mas também, e principalmente, o sis-



## Marca

A marca-signo para o Grupo de Trabalho para a Urbanização do Aterro designa uma relação de produção (trevo — urbanização — jardim).

tema que estabelece a maneira pela qual, em uma cidade (no caso o Aterro), as informações podem ser fornecidas e obtidas.

## ANARQUIA INFORMATIVA

A cidade é cenário de uma constante oferta e procura de informações. Normalmente, essa oferta e essa procura ocorrem anarquicamente, sem que se oriente um critério racional. Uma das características fundamentais das cidades atuais é justamente o caos informativo: o habitante vive em meio a um verdadeiro acúmulo de imagens e palavras, só raramente obtendo uma informação afetiva. Isto outorga ás cidades, sem duvida, grande parte de seu pitoresco, mas também grande parte de sua deficiencia social. Ela submete seus habitantes a um desgaste psiquico insuportavel, a um sentimento permanente de frustração comunicativa e cultural, além de afetar o funcionamento normal de vastos setores de administração e das finanças.

As informações a que Wollner

se refere em relação ao Aterro, podem ser classificadas em dois grupos: As informações que o transeunte é o primeiro interessado em recolher: sinais de trafego, meios de visualização e identificação dos serviços publicos, bem como de restaurantes, playground, pronto-socorro etc., e as informações que a administração do Aterro é a primeira interessada em fornecer aos visitantes: publicidade de editais, de manifestações culturais (cartazes) etc.

## PRINCIPAL TAREFA

A principal tarefa da planificação comunicativa do Aterro é a de criar uma norma de conveniencia entre estes dois grupos de informações, ou seja tratar de evitar que as exigencias alimentares sociais do primeiro não dificultem, além do necessario, as exigencias expressivas do segundo, e que este, por seu lado, não afete a eficacia daquele.

Preteende Wollner que a planificação comunicativa urbana não só resolve os problemas intrin-

secos do Aterro, como exerce também uma influencia consideravel sobre a sua caracterização extrinseca. A "personalidade" do Aterro — afirma o autor do plano — depende em grande parte da coerencia de seus criterios comunicativos.

O projeto, ora em fase de execução, consta de modelos e planos da obra, acompanhados de todos os elementos necessarios a concorrencia para a execução de cada trabalho, tais como: especificação dos materiais, processo de execução, montagem etc. O projeto se ocupa dos meios comunicativos dos seguintes setores: Serviços publicos — restaurantes, playgrounds, areas para piqueniques, teatro, pronto-socorro, postos telefonicos, sanitarios, bebedouros, piers para pescadores e atracamento de barcos, vestiarios, pavilhões para flores, passaros e peixes, coretos, estações de trenzinho, postos de gasolina, clubes de regata, escritorio da Fundação, estação e estacionamento de onibus de turismo e taxis; bancos e depositos de lixo.

Transito — sinais de transito, indicação das pontes para pedestres, postes indicadores com distancias em metros.

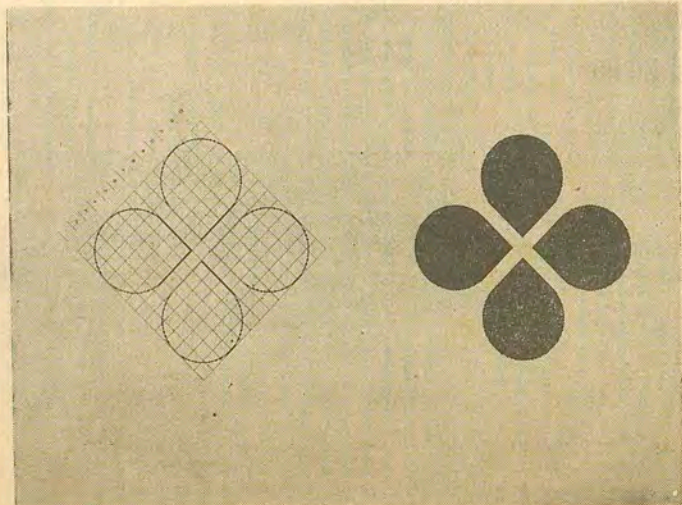
Fundação — marca, carimbos, lacres, painéis administrativos, formularios, uniformes de servidores — e padronização visual dos veiculos.

## WOLLNER

Alexandre Wollner, autor do projeto de Planificação Comunicativa Urbana para o Aterro Glória-Flamengo, estudou artes graficas no Museu de Arte de São Paulo, onde reside, tendo sido posteriormente aluno de Max Bill, com o qual estudou comunicações visuais em Hochschule Fur Gestaltung, Ulm, na Alemanha.

Retornando ao Brasil, dedicou-se a seu trabalho como freelancer, fundando posteriormente, em 1961, seu proprio atelier e oficina.

O estilo ousado de Wollner, na concepção de embalagens e de desenhos de marcas industriais, tem resultado em vigorosas soluções graficas, que tem merecido o respeito e a admiração geral.



## O esquema

Esquema da marca-signo. Quadrado tendo como base um de seus vertices. Diagonais, uma paralela e outra vertical á base. Quadrado dividido pelos lados em treze partes iguais.

As proposições do