

## **A paisagem urbana e a sua imagem. O espaço público como suporte de comunicação**

Célia Mota

O cenário urbano é composto por uma complexa dialéctica de elementos e pessoas que se relacionam entre si e com o espaço que os contem.

Em todas as sociedades o espaço público, o “não construído”, o “vazio” entre o edificado, tem um papel determinante como estrutura de suporte do contexto urbano, tanto na sua dimensão física como na sua dimensão social. É neste meio que se organizam os elementos físicos da cidade partilhada, constituindo o enquadramento das interacções sociais dinamizadoras desse mesmo meio. O espaço público é, afinal, a expressão da vida colectiva urbana.

O processo de socialização que é, afinal, a cidade, balizada por um padrão cultural, exprime-se numa concepção espacial, a qual exhibe uma fisionomia própria, condicionada ainda pelo meio físico natural envolvente. A configuração das cidades, a forma como estão organizados os edifícios, o espaço entre eles e os seus limites, corresponde assim a uma organização sócio-cultural, de uma época e de um lugar, cuja idiossincrasia é imputada pelas suas próprias particularidades culturais, religiosas e políticas.

Se o modelo ou a configuração de uma cidade pode repetir-se, já a sua imagem é singular. Tal como cada pessoa tem um rosto, cada cidade traduz uma percepção imagética exclusiva, própria das suas múltiplas componentes físicas e vivenciais, criadoras de um ambiente urbano excepcional. É no espaço público que estão presentes os elementos que concorrem para a formação da imagem urbana. Edificado, elementos naturais, vegetação, materiais, texturas, cores, mobiliário urbano e entre outros, bem como os sistemas de comunicação visual.

Na paisagem urbana, os sistemas de comunicação visual são um instrumento fundamental na compreensão de todo o espaço colectivo nas suas múltiplas funcionalidades. É a permanente comunicação gráfica que orienta a circulação, que identifica um lugar, um edifício ou uma rua, que anuncia e que regula toda a complexidade de vivências simultâneas e favorece a legibilidade e a funcionalidade do ambiente urbano partilhado onde nos movimentamos. A comunicação gráfica é acima de tudo, uma forma essencial de o Homem se exprimir, se apropriar da cidade e de introduzir –lhe referências. Frases como “vende-se”, “pintado de fresco” ou “cuidado com o cão” insurgem com naturalidade no quotidiano da via pública conferindo à cidade o carácter da sociedade que a habita, vive e se exprime nas suas ruas e praças resultando em interessantes pormenores do ambiente visual urbano.

O espaço urbano construído e as suas pequenas e grandes superfícies de paredes, pavimentos, muros, portas, etc., é suporte para recados pessoais, venda de objectos, imóveis, serviços, indicações úteis, constitui apetecíveis telas para os grafittis, e promove a expressão da democrática política de rua, insultos e declarações de amor, de guerra e de paz. Enfim, a cidade é afinal, ela própria, veículo comunicante e a rua, o “espectáculo público”, suporte de informação privilegiada, que “escreve” a imagem da cidade e desenha a sua paisagem.