

A paisagem e as transformações da cidade a luz da Semiótica Urbana¹

Adriano Rodrigues de Almeida²

Desire Blum Menezes Torres³

Resumo

A leitura da cidade é a leitura do uso que o usuário traçou no espaço urbano (FERRARA, 1988). Entendendo a cidade como produtora de sentido por meio de suas imagens, se faz necessário compreender como estes elementos significativos influenciam a paisagem urbana pelos usos dos indivíduos nestes ambientes, bem como pela cultura que emergem dos modos de consumo e usos do varejo. Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar o potencial de influência da imagem do varejo nas transformações da espacialidade urbana, tendo como especificidades, verificar os lugares de fixos e de fluxos; verificar a história ambiental e sua relação com o usuário; identificar as transformações físico-contextuais da imagem do varejo. A metodologia utilizada caracteriza este estudo como uma pesquisa descritiva, qualitativa, documental e bibliográfica e emprega a técnica de observação do espaço urbano em questão e as demais interações com o mesmo, por meio de análises semióticas urbanas da cidade de Londrina-PR, na década de 1940 e com o ano de 2018. Podemos afirmar que a cidade enquanto produtora de sentido por meio de suas imagens constrói sua paisagem utilizando como suporte a comunicação da sua espacialidade.

Palavras-chave: Paisagem da cidade; Espaço urbano; Semiótica urbana; Varejo; Consumo.

Introdução

Entendendo a cidade como produtora de sentido por meio de suas imagens, se faz necessário compreender como estes elementos significativos influenciam as paisagens urbanas: por meio das transformações ocasionadas, pelos usos dos indivíduos nestes ambientes urbanos, bem como, pela cultura que emergem dos modos de consumo e usos do varejo.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Espaço Urbano, Cultura da Cidade e Varejo, do Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cidades – COMCID, realizado no dia 04 de outubro de 2018.

² Mestrando em Comunicação na Universidade Estadual de Londrina – UEL. Especialista em Comunicação com o Mercado pela UEL, e em Gestão de Negócios pela Faculdade Pitágoras de Londrina. Colaborador no Projeto de Pesquisa Os discursos do Varejo na Espacialidade Urbana – UEL. adrianoralmeida@hotmail.com

³ Doutora em Comunicação e Semiótica na PUC-SP, Mestre em Administração de Empresas Gestão de Negócios – UEL, especialista em Comunicação Empresarial – UEL, Docente do Departamento de Comunicação da UEL. Coordenadora do Projeto de Pesquisa Os discursos do Varejo na Espacialidade Urbana – UEL. desire_menezestorres@yahoo.com.br

Os comportamentos e linguagens dos usuários são regidos por meio do desenvolvimento da cultura do consumo, a linguagem comercial e seus significados são diretamente relacionados à vendabilidade, onde, consumir, é se tornar parte de um todo social, estar inserido na sociedade (BAUMAN, 2008).

Esta relação transmite em seu discurso a ideologia cultural capitalista e este tipo de relação enraíza em seus consumidores uma unicidade de conceitos e preceitos que não valorizam as relações humanas e o uso consciente dos ambientes urbanos (BAUMAN, 2008), não permitindo ou possibilitando a estes usuários compreender a importância do seu papel na construção da harmonia destes ambientes.

Diante do exposto sobre os discursos do varejo e seus efeitos na espacialidade urbana esta pesquisa tem como objetivo geral analisar o potencial de influência da imagem do varejo nas transformações da espacialidade urbana, tendo como especificidades, verificar os lugares de fixos e de fluxos; verificar a história ambiental e sua relação com o usuário; identificar as transformações físico-contextuais da imagem do varejo

Escolhemos objeto para esta pesquisa a região central da cidade de Londrina. A motivação para esta escolha se dá pela significação do consumo neste espaço urbano do município, uma vez que se encontram localizados nesta região diversos estabelecimentos varejistas/comerciais, e por conter valor histórico e simbólico para diversos estudos sócios culturais. Escolhemos como suporte para análise do objeto a documentação visual, por meio de imagens fotográficas do objeto pesquisado com recorte temporal paralelo entre a década de 1940 e o ano de 2018.

Metodologicamente caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, utilizando como método a pesquisa documental e bibliográfica, e para a interpretação dos dados os métodos da semiótica urbana da autora Lucrecia D'Aléssio Ferrara (1988). Dado as informações que impulsionam esta pesquisa, abordamos as fundamentações teóricas que vão nos acompanhar na compreensão dos conceitos.

Semiótica urbana

A Semiótica permite analisar, em sua maioria, as coisas nas quais nos relacionamos, uma vez que o cérebro humano reproduz mentalmente todas as coisas reais, o que faz de tal objeto um signo que pode ser interpretado semioticamente. Ferrara argumenta que “a semiótica, como lógica da linguagem, ocupa-se do signo enquanto representação do objeto, e do significado enquanto elemento

essencial do conhecimento” (1988, p. 20), sendo a semiótica a partir de uma concepção científica o estudo lógico da linguagem.

A dimensão simbólica está ligada à representação dos pensamentos em signos, permitindo assim a interpretação do mundo em que vivemos e os objetos que nos relacionamos. Neste cenário para o entendimento e percepção dos signos dos espaços urbanos Ferrara (1988) argumenta que inicialmente deve-se valorizar a percepção urbana como um todo, e compreender as imagens urbanas como fonte de informação sobre a cidade.

As interações comunicacionais da cidade e seus usuários, suas linguagens e cultura, produzem *significantes*, “[...] a paisagem corresponde a uma forma visual da materialidade urbana, mas construída pelo imaginário que se amplia em múltiplos contornos”. (FERRARA, 2012, p.47). Utilizamos o conceito da semiótica urbana, teoria que estuda os significados e sentidos que emergem dos ambientes urbanos, permitindo compreender a cidade por meio de suas características físicas, bem como dos seus contextos sócio culturais. (FERRARA, 1988; 2004; 2012).

A leitura destes ambientes pela ótica da semiótica urbana visa identificar características físico-contextuais que auxiliem na compreensão do seu significado por intermédio de seus diversos signos: traços, tamanho, cor, textura, sons, forma, etc., que se encontram ao mesmo tempo juntos, mas dispersos (FERRARA, 1988).

Embasados no conceito teórico que estuda os significados e sentidos que emergem dos ambientes urbanos Ferrara (1988), nos permite compreender a cidade por meio de suas características físicas, bem como dos seus contextos sócio culturais. É preciso entender e compreender seus elementos e dela abstrair as relações significativas, realizando uma leitura pela percepção dos significados dos signos.

Contribuindo para esta solidificação dos espaços os estudos Canevacci (1997) incorpora pressupostos sobre as dimensões do aparato simbólico da cidade argumentando que esta concretização dos ambientes urbanos pode ocorrer se entendermos a cidade como um organismo subjetivo que cria e inventa comportamentos e valores por intermédio de linguagens próprias, baseada nas ações dos indivíduos que habitam o espaço urbano.

Ferrara (2004, p.21) argumenta que as dimensões da imagem da cidade constituem o quadro de uma interação comunicativa que define uma nova lógica visual e nos permite estudar aquela imagem entendendo-se a cidade como apoio material e signo dos processos culturais daquela

visualidade. Esta afirmação nos permite compreender que a paisagem corresponde a uma forma visual da materialidade urbana, mas construída pelo imaginário que se amplia em múltiplos contornos (FERRARA, 2012, p.47), onde a autora argumenta dizendo que:

Desse modo, a paisagem urbana depende do valor subjetivo e sentimental que a contamina; porém, quando é apropriada pelos veículos de comunicação, seus fragmentos assumem uma espécie de função econômica e o valor da imagem pode ser análogo àquele do solo urbano, obedecendo a similares estratégias comerciais e persuasivas.

Assim, a paisagem da cidade, compreendida por este sentido, é compreendida de forma natural por suas interações e comunicações, já que não acontece sem registros, também não se “dispensa vínculos afetivos” (FERRARA, 2012, p. 48). É necessária uma leitura minuciosa da enunciação comunicativa, como explica Ferrara dizendo que “todo uso urbano é uma revelação mais ou menos declarada que, despertando uma leitura crítica, permite chegar ao projeto que lhe deu origem, à história urbana e cultural à qual pertence” (FERRARA, 1988, p. 57).

Fixos e fluxos da cidade

As relações contemporâneas e seus movimentos produzem transformações sociais e espaciais, e utilizam como suporte a comunicação por meio do sentido e da linguagem, do subjetivo e o material. Por meio de conceitos vindos da análise dos Espaços e áreas afins, Santos (1994; 2007; 2008) elaborou conceituados estudos e possibilidades de análises da espacialidade urbana, onde afirmam a possibilidade de identificação de diversos tipos de lugares e por meio da compreensão de suas relações e interações nos ambientes onde ocorrem os fatos e eventos, podem ou não exercer algum tipo de influência de significação ou de comunicação sobre as transformações dos espaços urbanos.

Milton Santos aborda em diversos estudos o conceito de fixos e fluxos, por meio de argumentos e análises tratando-os como elementos transformadores do espaço e da sociedade, para compreendermos que, partindo dos lugares e das interações das pessoas, ocasionam mudanças e, afirmando que a partir dos lugares, podemos renovar nossas experiências e reavaliar nossas relações com os outros e com os ambientes, entendendo o passado, vivendo o presente e construindo o futuro.

Entendem-se como fixos os objetos materiais, isto é, aquilo que é concreto, material, que sofreu um processo de transformação ou criação humana e passou a adquirir uma função, um sentido. O autor considera que o espaço é constituído por estes fixos: casas, lojas, prédios, indústrias entre

outros (SANTOS, 1994), entendendo que estes estão presentes nas esferas sociais e econômicas e em suas mais variadas formas. Pontuando algumas considerações, o autor relaciona estes fixos a ambientes públicos e ambientes privados e analisa as funções que os diferenciam dentro do espaço urbano:

Os fixos são econômicos, sociais, culturais, religiosos, etc. Eles são, entre outros, pontos de serviço, pontos produtivos, casas de negócios, hospitais, casas de saúde, ambulatórios, escolas, estádios, piscinas, e outros lugares de lazer. Mas se queremos entender a cidade não apenas como um grande objeto, mas como um modo de vida, há que distinguir entre os fixos públicos e os fixos privados. Estes são localizados segundo a lei da oferta e da procura, que regula também os preços a cobrar. Já os fixos públicos se instalam segundo os princípios sociais, e funcionam independentemente das exigências do lucro. (2007, p.142)

A concepção do conceito de fluxo de Santos (1994) está relacionada a ações, ao movimento, a prática, e que é entendido como uma força que dá dinâmica aos fixos. O autor admite que “Os fluxos são um resultado direto ou indireto das ações e atravessam ou se instalam nos fixos, modificando a sua significação e o seu valor, ao mesmo tempo em que, também, se modifica” (2008, p.62), esta afirmação nos permite inferir que os fluxos permitem aos fixos se movimentarem, executarem suas funções.

Os fixos e fluxos representam por meio da interatividade de seus elementos os lugares em uma análise da realidade dentro dos espaços. Entendendo este conceito, notamos que ambos executam funções totalmente dispare, mas, estão constantemente ligados, em contato interacionais, sendo mediados por circunstâncias e fatores sociais, históricos e culturais.

Consumo e Interações sociais

O consumo é uma ação humana sob influência de desejos, valores individuais, coordenadas sob a influência direta do seu intelecto, o qual modela e direciona o comportamento e personalidade humana. Sendo esta ação individual ou coletiva torna-se um ato reproduzido dentro de um sistema de relações sócio culturais que absolvem os sentidos dos elementos expostos nas imagens.

Abordamos aspectos culturais e suas relações comerciais constituintes da sociedade moderna, por meio do conceito de liquidez nas relações sociais onde o consumo se realiza na percepção do teórico Zygmunt Bauman (2008), que tece sua crítica ao modo em que o consumo se apropriou da vida dos indivíduos, tornando-a um bem de consumo.

Em sua concepção o consumismo é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, neutros quanto ao regime, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade (BAUMAN, 2008).

Afirma que em uma sociedade de consumidores, todos precisam ser e ter o consumo como vocação, onde, neste contexto social o consumo visto e tratado desta maneira é “ao mesmo tempo um direito e um dever do indivíduo sem reconhecimento de exceção, não reconhecendo diferenças de idade, gênero, cultura ou de classe social”. (BAUMAN, 2008, p. 73).

Na visão de Bauman a relação entre sociedade e consumo é desenvolvida desde os primórdios da humanidade. Observando que o ato de consumir ganhou novos sentidos por meio do desenvolvimento da cultura do consumo contemporânea, esta relação assumiu um novo papel, estando estruturado na fluidez e rapidez dos negócios e suas relações, sendo possível afirmar que o consumo é elemento formador de identidade orientando o comportamento dos indivíduos.

É necessário combater a alienação imposta pelo sistema por meio da desconstrução dos discursos do consumo embutidos nos bens de consumo, que transformam a si, aos ambientes e aos espaços que se relacionam, bem como na estrutura construtivas dos pilares sociais.

Metodologia

A metodologia utilizada caracteriza este estudo como uma pesquisa descritiva e emprega a técnica de observação do espaço urbano em questão e as demais interações com o mesmo. O corpus metodológico consiste em um trabalho qualitativo, com a utilização dos métodos documental e bibliográfico, e para a interpretação dos dados os métodos da semiótica urbana realizada com base na comunicação urbana (FERRARA, 1988; 2004; 2012, SANTOS, 1994; 2007; 2008).

A pesquisa de campo ocorreu de forma exploratória e qualitativa, nos permitiu abordar os fenômenos sociais e explicá-los por meio da compreensão da vivência dos usuários, analisando as experiências do indivíduo e dos grupos sociais em suas linguagens e interações comunicacionais, permitindo relacionar questões sócio culturais, obtidas por meio de investigação documental e bibliográfica (MARCONI; LAKATOS, 2002).

O objeto de pesquisa deste artigo é o comércio varejista da Rua Rio de Janeiro, uma das ruas comerciais mais importantes do centro da cidade de Londrina – Pr, região de comércio escolhido devido sua representação histórico social. Segundo Marconi e Lakatos este tipo de pesquisa é

“utilizada com o objetivo de conseguir informações e conhecimentos acerca de um problema para qual se procura uma resposta ou de uma hipótese que se queira comprovar ou ainda descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles” (MARCONI, LAKATOS, 2002, pg. 83).

Escolhemos a documentação visual fotográfica para análise do objeto desta pesquisa. Nas palavras de Iluska Coutinho a imagem é toda forma visual gerada pelo indivíduo, seja em forma abstrata, por meio pictóricos, registro “*foto mecânico*”, ou mesmo em formações mentais da imagem (pensamentos), complementa que “é precisamente essa capacidade das imagens de comunicar uma mensagem que constitui o aspecto principal de sua análise” (COUTINHO, 2012, p.330).

As fotografias analisadas são recortes concebidos em tempos distintos entre 1940 e 2018. Esta opção está intrinsecamente relacionada ao seu poder de comunicação, serviram como instrumento de ilustração da imagem da cidade, e pelos elementos sígnicos dispostos nelas decodificamos seus sentidos e significados (FERRARA, 2004). Segundo Pierre Bourdieu as imagens fotográficas possuem poder de registrar relações sociais, afirmando que “Por isso, as fotografias são vistas e apreciadas não em si mesmas e por si mesmas, isto é, em termos das suas qualidades técnicas ou estéticas, mas como “*sociogramas*” leigos que possibilitam um registro visual das relações e papéis sociais existentes” (BOURDIEU; BOURDIEU, 2006, p.31)

Utilizamos da técnica de pesquisa documental indireta e direta para a obtenção das fotografias, como definem Marconi e Lakatos (2002), ambas as fontes permitem estudar fenômenos: a primeira permite estudar eventos ocorridos no fato ou precedente ao fenômeno (indireta); a segunda permite o levantamento de dados por meio de pesquisa de campo diretamente no local da ocorrência dos fatos (direta). Serão analisadas fotografias concebidas em tempos distintos, sendo a primeira (foto 1) datada da década de 1940 obtida no livro *É de sonho e Pó: Londrina décadas de 1930 e 194*, p. 99, escrito pelos autores Daniel CHOMA, Edson VIEIRA e Tati COSTA, publicado pela editora Câmara Clara de Londrina – PR em 2015, rico arquivo fotográfico contendo imagens registros da construção de formação da cidade de Londrina. A segunda fotografia (foto2) foi obtida por pesquisa de campo, por meio de observação direta no local na rua citada, datada de abril de 2018.

Para a interpretação semiótica dos dados obtidos em análise utilizamos a teoria da Semiótica Urbana de Ferrara (1988), a qual elenca aspectos importantes, categorizando-os para melhor auxílio da análise dos espaços urbanos. São eles: 1) as características físico-contextuais: estágio atual e sua transformação; 2) a memória e a história ambiental: o repertório urbano; 3) o espaço público

institucionalizado e espontâneo, e sua relação com o usuário; 4) a infraestrutura institucionalizada e espontânea; 5) a relação entre espaço público e privado; a cidade e a habitação; 6) os ambientes urbanos em suas micros linguagens interferentes: a cidade e as extensões ambientais dos vários meios de comunicação de massa. Utilizamos de seus pontos referencias os itens 1; 2; para compreensão do objeto pesquisado.

Ainda dentro dos estudos Semióticos Urbanos de análise da percepção urbana, Ferrara (1988) cede seus saberes descrevendo “técnicas de pesquisas” que destacam pontos relevantes do objeto a serem interpretados, utilizamos dois deles: são eles: a) Documentação iconográfica (mapas, croquis, plantas, fotos e desenhos) conservada em arquivos e/ou bibliotecas; b) Documentação visual: fotográfica, de caráter seletivo e tendente a flagrar contrastes e semelhanças. Um recurso que tende a ser um filtro da informação: esta etapa é, operacionalmente, a mais eficiente no levantamento de dados, e de ser executada pelos usuários, visto que a seleção de ângulos fotografados deve corresponder ao próprio uso ambiental, sendo, portanto, fator de percepção;

Para contribuição da análise e interpretação da espacialidade urbana, utilizamos as análises do Espaço do teórico Santos (1994; 2007; 2008) para compreendermos o conceito de fixos e fluxos e iluminarmos nosso objeto de pesquisa, explorando o ponto de investigação de Santos (1994) que aborda *a relação entre espaço público e privado por meio dos fixos e fluxos, como produzem e transmitem informações.*

Análise dos Dados



Foto 1: Londrina, década de 1940
Fonte: Livro *É de sonho e Pó*, 2015



Foto 2: Londrina, 2018
Fonte: Adriano Almeida

A análise foi realizada sobre os dados coletados das fotografias da Rua Rio de Janeiro localizada na região central de Londrina, datadas da década de 1940 e no ano de 2018. A percepção urbana analisa a cidade por dois setores: o físico e suas características e, os ambientes onde os sujeitos realizam suas atividades diárias. Abaixo segue 3 segmentos da análise dos dados coletados.

Fixos e Fluxos: o repertório urbano

Baseados nas afirmações de Milton Santos (1994; 2007; 2008) é possível considerar que o varejo, entendido como elemento espacial que compõe a cidade, se revela como um local fixo privado, e suporte para que os fluxos se construam norteados pelo consumo, pela prática estabelecida como comercial, por meio dos usos dos indivíduos em suas atividades cotidianas.

Identificamos que constam apenas fixos privados, constituídos por estabelecimentos comerciais varejistas, e que inicialmente, na constituição da cidade, é possível notar casas em nível térreo, ou mesmo, construções com estabelecimentos comerciais em nível térreo e moradias nas sobrelomas.

O fluxo de pessoas pode servir como base significativa para a compressão da velocidade das transformações do ambiente no objeto pesquisado (SANTOS, 1994). Nota-se um grande volume de veículos estacionados na segunda fotografia, que nos permite inferir que há grande circulação por esta via. No início da construção existiam aqui poucos habitantes, sendo assim, pouco uso da urbe. Atualmente, notamos um maior número de pessoas circulando pela via pública, esta movimentação gera maiores conflitos que exigem mais transformações. Santos (1994; 2008) afirma que este elevado fluxo de pessoas se revela por meio da disponibilidade de produtos e serviços, bem como de empregos e de estabelecimentos prestadores de serviços estabelecidos na Rua Rio de Janeiro, propiciando constante movimentação de usuários. Este fato gera diferenças qualitativas e quantitativas relacionadas ao consumo, sendo fato gerador do nascimento e manutenção da produção, bem como da distribuição dos bens de consumo como afirma em seus estudos Milton Santos (1994).

Os locais fixos, nas argumentações de Santos (2007), apenas são suporte para que as mercadorias abasteçam os mais diversos e desconhecidos consumidores, onde o fluxo fica marcado nas relações impessoais do processo de venda, sem laços de proximidade entre os usuários do fixo público – a via, tão pouco laços de familiaridade entre os objetos ofertados (mercadorias) e o vendedor. Assim, Milton Santos (2007) afirma que este formato de fixo e fluxo, possibilita que o

capital circule mais rápido, possibilitando a retroalimentação do sistema, novos investimentos e espaços para novos produtos, mas impossibilitando novas relações entre os usuários.

Nesta análise não notamos diretamente a presença de fixos públicos, pontos que, segundo Santos (1994), auxiliam em uma análise mais ampla dos espaços. Nas fotografias analisadas o espaço público encontra-se representado pela rua e pela calçada, sendo por meio da sua constituição suporte da construção em torno de si de fixos privados, e também meio de transição de usuários e suas comunicações. Assim, não menos importante é o poder público nesta análise do consumo por meio dos varejos, uma vez que, contribui de diversas formas para o crescimento e desenvolvimento, aplica seus investimentos em infraestrutura para facilitar o processo de consumo, sendo agente responsável pelo fortalecimento da circulação dos usuários e das mercadorias (SANTOS, 1994; 2008).

Identificamos neste recorte, relacionando os fixos e fluxos, a formação de diferentes espaços: rua, estacionamento, calçadas, estabelecimentos comerciais, arborização entre outros, permitindo compreender suas linguagens e como se comunicam com os usuários do espaço urbano, sendo suporte para expressão da sociedade (SANTOS, 2007). Podemos afirmar que são os fixos e fluxos que produzem as cenas comerciais e econômicas do varejo, são complexos e dinâmicos, interligados, na construção do processo social, histórico e cultural.

1. História ambiental e sua relação com o usuário

O espaço pode ser descrito por meio da significação (TORRES, 2014). Seguindo esta afirmativa é possível compreender que os ambientes públicos possuem força de determinação sobre os usuários, porém, não controlam os efeitos de transformação ocorridos pelos resultados das interações ocorridas nos espaços, sendo estes públicos ou privados, institucionalizados ou espontâneos.

Houve mudanças nas estruturas físicas estruturais dos estabelecimentos, assim, neste conceito as imagens nos revelam uma continuidade apresentando a necessidade de observar os elementos e não tão somente ver a paisagem. É preciso entender e compreender seus elementos e dela abstrair as relações significativas, realizando uma leitura pela percepção dos significados dos signos (TORRES, 2014).



É possível notar que os estabelecimentos que se localizavam na parte superior da rua foram substituídos por novos estabelecimentos, com dimensões maiores, atendendo a demanda de espaço físico para distribuição de, mais, e novas mercadorias.

Já, ao analisarmos os estabelecimentos localizados na parte inferior da rua, notamos que as estruturas físicas estão com poucos sinais de alteração estrutural, preservando características das suas construções. Conforme afirma Ferrara (1988), a transformação dos espaços urbanos está na história da preservação da sua memória. Pela significação dos espaços é possível avaliar que os estabelecimentos dos varejos se apropriam dos espaços públicos e mantém em suas características físicas a mesma formatação inicial do comércio na época da colonização: por meio do restauro se preserva o ambiente.

No restauro enquanto recuperação urbana procura resguardar a memória do passado, do antigo, querendo reviver seu valor, querendo silenciar o presente e deixar falar o valor do passado, sendo um regresso nostálgico ao valor do passado da paisagem urbana, “enquanto paráfrase do passado, o restauro é a reconstrução da memória de um uso enquanto intenção de fazer reviver o passado como fato”. (FERRARA, 1988, pg. 59).

A relação dos espaços com o usuário está na leitura que ele, enquanto observador, faz dos sentidos e significados, abstraindo o conhecimento para si, sendo necessário que se aproprie dos usos e linguagens desta espacialidade e interaja com eles na construção dos sentidos. Neste processo, entendemos que os estabelecimentos enquanto unidades comerciais desejam apenas transmitir o cerne da sua existência, o consumo. Analisando as fotografias podemos compreender que os espaços institucionalizados ou os espaços públicos, se dão sim de forma espontânea, onde Rodolfo Londero (2013) afirma que o consumo imagético dos ambientes renovados viabiliza a renovação na percepção do indivíduo em relação ao lugar, que agora emana a imagem que lhe é de direito, não estando mais condicionado à flexão do apelo comercial. Desta forma, o autor complementa que, uma vez que as restrições que se aplicam à propagação de mensagens comerciais, interfere, ativamente, no discurso imagético dos ambientes, estes passam a emanar sentidos cada vez mais citadinos e menos comerciais.

2. Características físico-contextuais: estágio atual e sua transformação

Na primeira fotografia notamos que o uso de sinais de identificação ou textos de publicidades eram inexpressivo ou quase inexistente, são bem tímidos em proporção de tamanho e apelo visual de diferenciação e destaque, o que também notamos na fotografia 2. É importante salientar aqui, que a cidade de Londrina passou por uma reformulação visual, por meio da implementação da lei “cidade limpa”, ocorreu um processo de despoluição visual das fachadas dos estabelecimentos em todos os segmentos do comércio, mas esta questão não será abordada neste estudo, o que diferencia a cidade na atualidade de outras que ainda não passaram por esta ação de limpeza visual.

Podemos notar que no decorrer dos anos o sentido de fluxo para automóveis foi invertido, bem como a largura da rua que ficou maior, aumentando o espaço para o trânsito e estacionamento dos veículos e concomitante diminuindo os espaços para circulação dos pedestres nas calçadas, que agora disputam por espaço com o comércio informal, telefone público. Houve alteração no tipo de pavimentação das calçadas, sendo atualizado com um material diferenciado e disposto esteticamente mais bonito, visando o embelezamento do ambiente público e a experiência de caminhar por este espaço, pontos importantes de análises apontados por Ferrara (1988).

Notamos que a arborização na década de 1940 ainda não havia sido realizada, notando apenas algumas árvores de grande porte localizado na parte superior da via, onde inexistem moradias ou estabelecimentos comerciais. Atualmente a via permanece tímida com o volume de árvores plantadas no canto inferior da rua, contraponto ao canto superior da via, onde temos um volume considerável de arborização, que auxiliam na climatização do espaço urbano.

Por meio da quantidade de fios dispostos nos postes notamos signos do desenvolvimento tecnológicos. Inicialmente suas atribuições eram de transmitir energia, na atualidade, com o desenvolvimento de novas tecnologias, a quantidade de fios dispostos faz jus a quantidade de informações que necessitam transmitir para atender a demanda social.

Notamos que em ambas as fotografias não há placas de sinalização, signos verbais ou não verbais importantes para os usos dos ambientes urbanos. Por meio dos estudos de Lucrecia Ferrara (1998; 2012), podemos entender que na Londrina de 1940 o número de vias públicas era pequeno e não havia identificação das mesmas, uma vez que os pontos de orientações e referências eram os moradores e os próprios estabelecimentos comerciais ou residências. Atualmente, por conta das



COMCID

ENCONTRO DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E CIDADES

inúmeras vias públicas estas informações são imprescindíveis, propiciando informações aos usuários com mais agilidade e facilidade na identificação e interação com o ambiente urbano.

As fachadas são repletas de significados e simbolismo. Notamos que os usos urbanos não alteraram a estrutura arquitetônica e as fachadas dos estabelecimentos. A arquitetura do centro da cidade foi influenciada pela cultura dos imigrantes que construíram seus comércios baseados em sua terra natal. A transformação ocorrida está na inserção de novos elementos arquitetônicos contemporâneos à paisagem (FERRARA, 2012). Na segunda fotografia encontramos esta transformação por meio da inclusão da edificação vertical, os quais utilizam os signos da renovação espacial que procura reciclar o espaço propiciando desenvolvimento, mas, mantendo a ordem já preestabelecida deste ambiente. Assim, o entorno do espaço se manteve inalterado, mas, contribuiu possibilitando novos usos do mesmo local.

Com a disposição das imagens paralelamente é possível constatar que os discursos de cada fotografia são inteiramente distintos, dado que a quantidade de elementos visuais da paisagem retratada na segunda contrapõe com a limpeza e clareza dos elementos que compõe a imagem da primeira, onde podemos reconhecer na formação visual o sentido de cada elemento está disposto coerentemente, sendo a imagem mais confortável aos olhos do seu interpretante.

Identificamos na primeira imagem por meio das fachadas (que eram simples em signos publicitários), alguns estabelecimentos comerciais, pelos signos que nos remetem a alguns armazéns que comercializam diversos tipos de produtos, não tinham segmentação específica, bem característico dos comércios da época. Concentravam-se diversos produtos em um único local, pois, existia a demanda de compra, mas, não a demanda de estabelecimentos para comercializar todos os produtos disponíveis para comercialização. Atualmente os estabelecimentos se mantêm direcionados ao comércio, mas, a formatação de oferta sofreu alterações para atender a atualização das necessidades básicas humanas geradas pela própria sociedade e pelo desejo de consumo (FERRARA, 1988).

As transformações na espacialidade da urbe londrinenses são diretamente influenciadas pelos estabelecimentos comerciais e seus espaços, em especial o comércio varejista. Este mesmo sofre alterações pelas mudanças ocorridas nos espaços urbanos.

COMCID

ENCONTRO DE PESQUISADORES
EM COMUNICAÇÃO E CIDADES
UEL - 2018

Considerações Finais

As fotografias serviram como instrumento de ilustração da imagem da cidade, e pelos elementos sígnicos dispostos nelas decodificamos seus sentidos e significados (FERRARA, 1988). Nisso reside à competência daquele que analisa imagens em paralelo do passado com o atual, dado que a imagem não fala por si só, sendo necessário dialogar com elas.

A imagem da cidade e suas particularidades manifestam por meio de suas relações do antigo e do novo, significações que alteram sua paisagem, fazendo que seus espaços se readéquem as suas linguagens, que transmitem seus sentidos, beneficiando os seus usuários da mesma forma que beneficia o próprio ambiente com a construção da sua paisagem diariamente. A cidade enquanto objeto vivo constrói sua imagem por meio da *comunicação, imaginação e percepção* do usuário. O usuário é interpretante da paisagem urbana por meio de leitura: altera a si e os ambientes por meio dos seus usos. É necessário que se aproprie dos usos e linguagens desta espacialidade e interaja com eles na construção dos sentidos.

Dos estabelecimentos varejistas e suas relações de consumo emanam *signos* da cultura local, social e histórica, permitindo afirmar que as transformações na paisagem urbana têm expressiva relação com as modificações que ocorrem nos varejos, desde as estruturas físicas dos estabelecimentos comerciais às heranças culturais.

Referências

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o Consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BOURDIEU, Pierre; BOURDIEU, Marie-Claire. **O camponês e a fotografia**. Revista Socio Polít., Curitiba, 26, p. 31-39, jun. 2006.

CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica**: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

CHOMA, Daniel. VIEIRA, Edson. COSTA, Tati. **É de sonho e de pó**. Londrina: Câmara Clara, 2015.

COUTINHO, Iluska. Leitura e análise da imagem. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012, p.330-344.

FERRARA, Lucrécia D'aléssio. **Ver a cidade**. São Paulo: Nobel, 1988.

_____. **Cidade e Imagem**: entre aparências, dissimulações e virtualidades. Revista Fronteiras, v.VI, n.01, p. 21-32, janeiro-junho 2004.

_____. **As mediações da paisagem**. Líbero, v.15, n.29, p. 43-50, jun. 2012.

LONDERO, Rodolfo Rorato. **Teorias da publicidade e cultura visual**: a abordagem informacional de Abraham Moles em *O cartaz*. IV Encontro Nacional de Estudos da Imagem - I Encontro Internacional de Estudos da Imagem. 2013, p. 2822-2832, mai. 2013. Disponível em: <<http://www.uel.br/eventos/eneimagem/2013/anais2013/trabalhos/pdf/Rodolfo%20Rorato%20Londero.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

MANHÃES, Eduardo. Análise do discurso. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012, p.305-315.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

SANTOS, Milton. **Técnica, Espaço, Tempo**: Globalização e Meio técnico-científico informacional. São Paulo: Editora Hucitec, 1994.

_____. **Economia Espacial**: Críticas e Alternativas. São Paulo: Edusp, 2007.

_____. **O espaço dividido**: Os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. São Paulo: Edusp, 2008.

TORRES, Desire Blum Menezes. **Supermercado: um não-lugar**. Rio de Janeiro: Rizoma, 2014.