

VAZIOS VOIDS

fotografias & texto

EDU SILVA

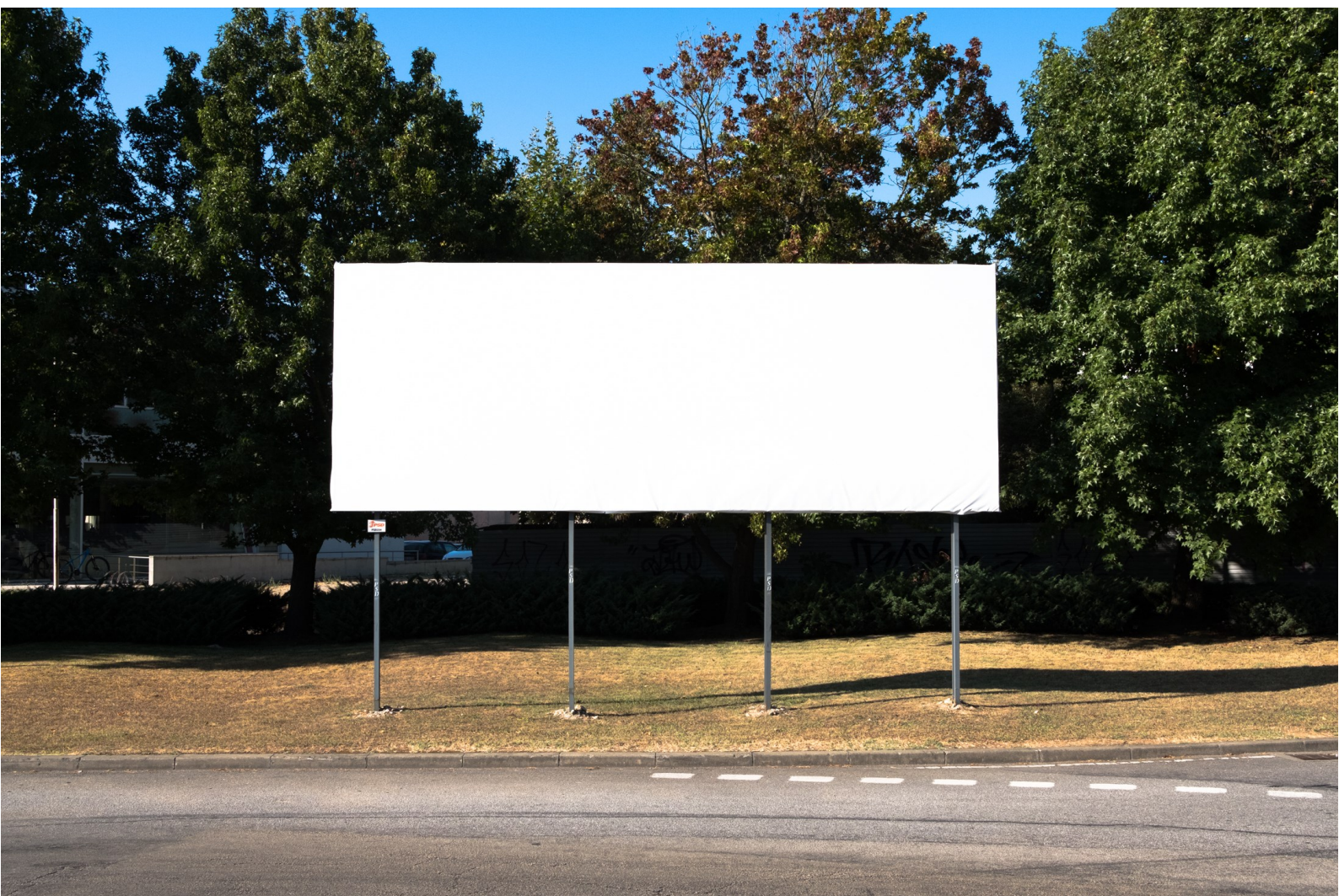
The advertising billboard is an ubiquitous element in the cities' urban furniture. A large format display, in its essence, the billboard is used by advertising agencies and by governmental and non-governmental organizations as a mass influence device, which appeals to causes and promotes products. From cars to touristic destinations, to politicians, the billboard constitutes a democratic platform of interlocution for the universal language of advertising to the general population.

Commonly placed on roadsides with a high flow of cars and pedestrians, the billboard has been the target of criticism since its inception. It is considered an element of distraction for motorists, due to its attractive imagery, as well as a hindrance for depriving the observer of an unobstructed view of the landscapes. In this logic, the billboard is also installed in economically disadvantaged neighborhoods as a means to entertain and deflect the attention of the passers-by: it captures the gaze with what is being promoted on its printed face, all the while concealing, behind its massive structure, the reality of the place and of those who inhabit it. The billboard breaks the notions of social inclusion and spatial originality wherever it is located. Its wide dispersion throughout the map leads to the exhaustive dissemination of its *slogans* and *packshots*, making it an element of visual standardization of landscapes.

O *outdoor* publicitário é um elemento ubíquo no mobiliário urbano das cidades. Na sua essência um suporte de grandes dimensões, o *outdoor* é utilizado pelas agências de publicidade e por organizações governamentais e não governamentais como dispositivo de influência de massas, apelando a causas e promovendo produtos. Desde automóveis a destinos turísticos, a políticos, o *outdoor* constitui uma plataforma democrática de interlocução da linguagem universal da publicidade para a população geral.

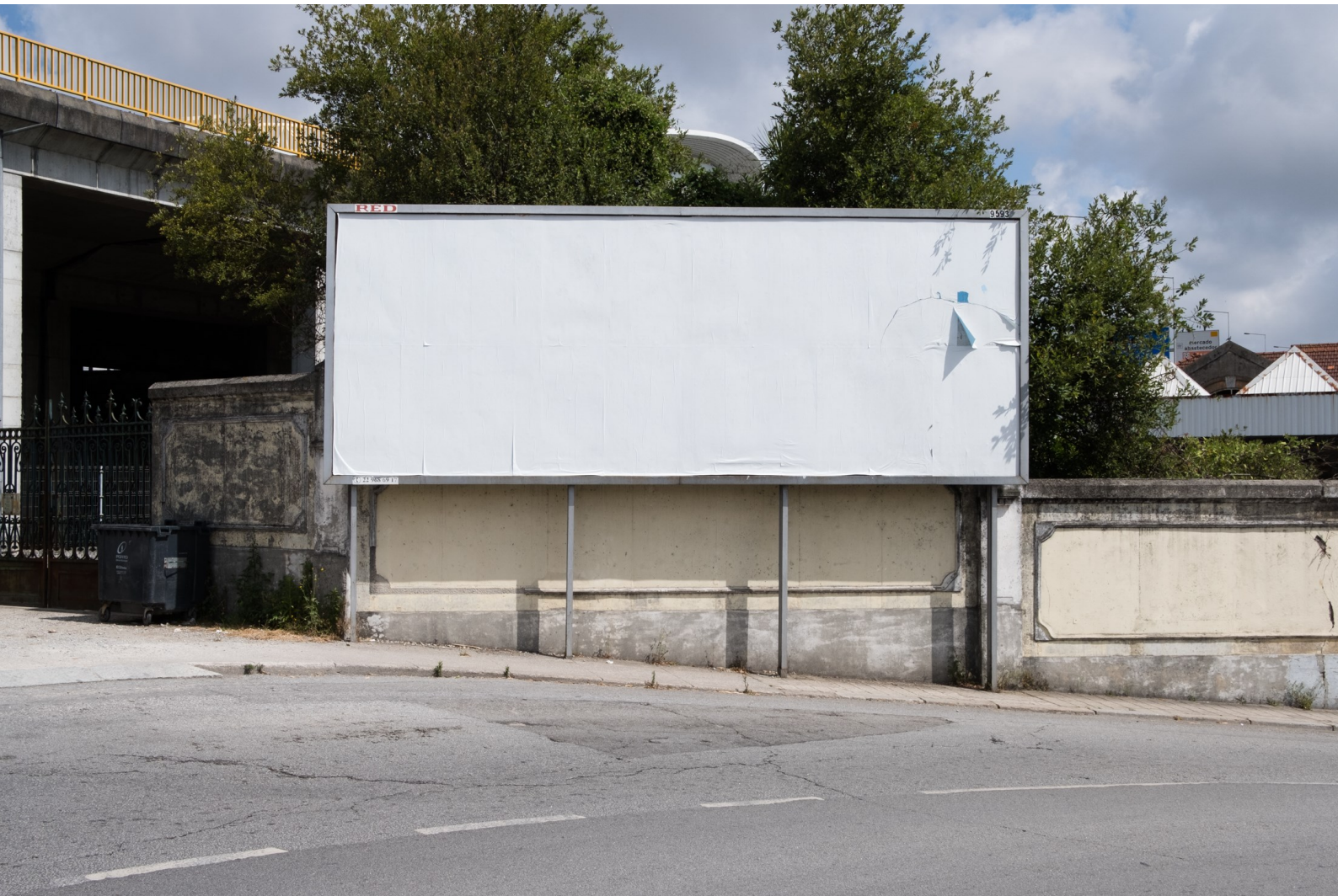
Vulgarmente disposto na berma de vias rodoviárias e de ruas com elevado fluxo automóvel e pedonal, o *outdoor* é alvo de críticas desde a sua génese. Considerado um elemento distrator para os automobilistas, devido à sua imagética atraente, e um estorvo, por privar o observador de uma vista desimpedida para as paisagens. Nessa lógica, o *outdoor* é também instalado em bairros economicamente desfavorecidos para entreter e distrair os transeuntes passageiros: cativa a visão para o que está a ser promovido na sua face impressa, enquanto simultaneamente oculta, por detrás da sua massiva estrutura, a realidade do lugar e de quem o habita. O *outdoor* rompe com as noções de inclusão social e de originalidade espacial onde quer que se encontre fixado. A sua ampla dispersão pelo mapa conduz à disseminação exhaustiva dos seus *slogans* e *packshots*, tornando-o num elemento de uniformização visual das paisagens.

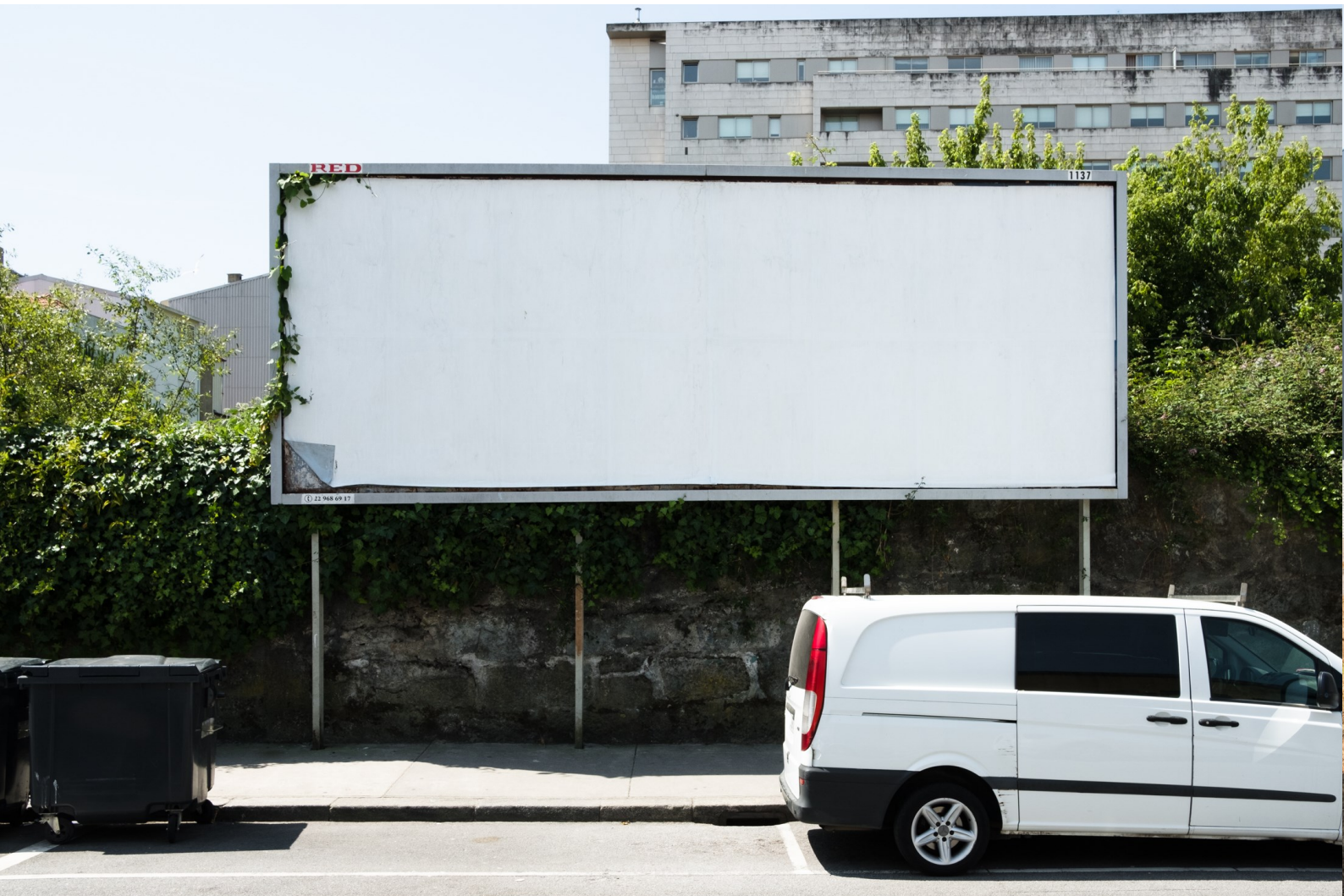






















Edu Silva (Viseu, 1990) holds a MA in Image Design from the Faculty of Fine Arts of the University of Porto (2017), and a BA in Arts and Multimedia from the Polytechnic Institute of Viseu (2012). He currently attends the Doctoral program in Sociology at the Faculty of Arts of the University of Porto.

Former FCT research fellow on the *Visual Spaces of Change* project, he developed work in the fields of documentary photography and visual research methodologies applied to the subjects of architecture, city and territory. His areas of interest are documentary photography, visual sociology and urban sociology. Edu operates in the field of documentary photography since 2011.



Edu Silva (Viseu, 1990) é mestre em Design da Imagem pela Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto (2017), e licenciado em Artes Plásticas e Multimédia pela Escola Superior de Educação de Viseu (2012). Frequenta atualmente o programa doutoral em Sociologia pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Foi bolsheiro de investigação FCT no âmbito do projeto de investigação *Visual Spaces of Change*, desenvolvendo pesquisa nos universos da fotografia documental e das metodologias de investigação visual aplicadas aos campos da arquitectura, cidade e território. Tem como áreas de interesse a fotografia documental, a sociologia visual e a sociologia urbana. Opera desde 2011 no campo da fotografia documental.