



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS JARAGUÁ DO SUL
CURSO TÉCNICO INTEGRADO EM QUÍMICA

ALEXANDRA VIEIRA
EDUARDO JAIR BORBA
JEDIAEL BURDIÃO DE MOURA
LUANNA GABRIELA VÖLZ

**POLUIÇÃO VISUAL NA AVENIDA GETÚLIO VARGAS DE JARAGUÁ DO SUL,
SC**

JARAGUÁ DO SUL, 2012

ALEXANDRA VIEIRA
EDUARDO JAIR BORBA
JEDIAEL BURDIÃO DE MOURA
LUANNA GABRIELA VÖLZ

**POLUIÇÃO VISUAL NA AVENIDA GETÚLIO VARGAS DE JARAGUÁ DO SUL,
SC**

Submetido ao Instituto Federal de
Educação, Ciência e Tecnologia de Santa
Catarina como parte dos requisitos do eixo
formativo Conectando Saberes.

Orientador e Coordenador: Jean Raphael Zimmermann Houllou

JARAGUÁ DO SUL, 2012

SUMÁRIO

1. TEMA	4
2. DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	4
3. PROBLEMA	4
4. HIPÓTESES	4
5. OBJETIVO GERAL	4
6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
7. JUSTIFICATIVA	5
8. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	6
9. METODOLOGIA.....	9
10. CRONOGRAMA.....	10
11. REFERÊNCIAS	11

1. TEMA

Poluição Visual na Avenida Getúlio Vargas de Jaraguá do Sul, SC.

2. DELIMITAÇÃO DO TEMA

Análise da lei nº 3528 de 05/03/2004 que trata de publicidade ao ar livre no município de Jaraguá do Sul, afim de verificar a área dos letreiros presentes e estabelecimentos comerciais localizados na Avenida Getúlio Vargas, bem como se estão de acordo com a área máxima permitida prevista na lei municipal.

3. PROBLEMA

A lei municipal nº 3528 de 05/03/2004 que trata de publicidade ao ar livre no município de Jaraguá do Sul, é respeitada nos comércios da Avenida Getúlio Vargas quando se diz respeito à área máxima permitida para letreiros? Qual a opinião das pessoas que circulam nessa avenida sobre a comunicação visual nela presente?

4. HIPÓTESES

- A área máxima permitida para letreiros prevista na lei municipal nº 3528 de 05/03/2004, não está sendo respeitada pelos comércios da Avenida Getúlio Vargas.
- As pessoas que circulam na Avenida Getúlio Vargas, desconhecem a lei municipal nº 3528 de 05/03/2004 que visa à preservação do meio visual.
- As pessoas que circulam na Avenida Getúlio Vargas, não se sentem afetadas pela comunicação visual presente na Avenida.

5. OBJETIVO GERAL

Analisar a lei nº 3528 de 05/03/2004 que trata de publicidade ao ar livre no município de Jaraguá do Sul, e verificar se os letreiros presentes em comércios na Avenida Getúlio Vargas estão respeitando a lei municipal quanto ao tamanho máximo permitido, e identificando também, a opinião das pessoas que circulam na avenida sobre a comunicação visual nela presente.

6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar a lei nº 3528 de 05/03/2004 que trata de publicidade ao ar livre no município de Jaraguá do Sul.
- Fotografar os letreiros presentes nos comércios da Avenida Getúlio Vargas de Jaraguá do Sul.
- Fazer escalas com as fotografias tiradas, a fim de verificar se a área máxima para letreiros prevista na lei municipal jaraguaense nº 3528 de 05/03/2004, está sendo cumprida.
- Aplicar questionários para as pessoas que circulam na Avenida Getúlio Vargas, identificando a opinião delas sobre a comunicação visual presente na avenida.

7. JUSTIFICATIVA

Nos imóveis comerciais, existe a necessidade de letreiros que informam o tipo de negócio desenvolvido nesse local. Uma pesquisa com relação à publicidade dos estabelecimentos comerciais mostrou que na Rua Augusta localizada em São Paulo, SP, apenas 18,96% dos entrevistados concordam com a afirmação de que o anúncio da fachada ajudou a identificar a loja, já que as vitrines e, muitas vezes, a própria arquitetura diferenciada, funcionam como anúncio do negócio (MENDES, VARGAS, 2000).

Segundo a Secretaria de Estado da Ordem Pública e Social do Distrito Federal, o excesso de propaganda irregular pode caracterizar a poluição visual das cidades e prejudica a qualidade de vida da população, pois os pedestres apresentam dificuldades em transitar livremente pelas calçadas, a visibilidade dos motoristas pode ser afetada, colocando em risco a segurança do trânsito. A grande quantidade de informações presentes nas cidades pode gerar confusão, cansaço, desatenção, estresse e, em alguns casos, pode acarretar depressão, sendo que na maioria dos casos, a poluição visual afeta negativamente o meio ambiente, retirando a beleza natural da cidade (Secretaria de Estado da Ordem Pública e Social do Distrito Federal, 2009).

Segundo o arquiteto e professor da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Luís Salvador Gnoatto (MURMEL, 2009), a comunicação como parte do ambiente urbano é

marca das cidades contemporâneas, faz parte da rotina das pessoas e por isso as análises de caso deveriam ser mais profundas. “Cada projeto de mídia com características especiais deveria ser analisado por uma espécie de “Conselho Municipal de Comunicação Visual” à semelhança do Conselho de Urbanismo. Assim, se evitaria a aplicação da lei pura e simples, e nem sempre compatível com a situação”.

A lei municipal de Jaraguá do Sul nº 3528 de 05/03/2004 visa à preservação do meio visual do município, mas um possível desconhecimento da população sobre a existência dessa lei justifica a realização desse trabalho, bem como a dúvida que temos em relação à preservação do meio visual que nos circunda. Procuraremos saber se essa paisagem está sendo poluída, se sim, o nível de poluição, quem é o maior causador dessa poluição, e se isso pode afetar de algum modo, a saúde da população (JARAGUÀ DO SUL, 2004).

8. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Poluição Visual é o excesso de elementos ligados à comunicação visual, como cartazes, anúncios, propagandas, *banners*, totens, placas, entre outros, que estão dispostos em ambientes urbanos, geralmente em centros comerciais e de serviços (SOUZA et. al., 2012). Muitas cidades têm um grande número de placas, pichações, cartazes publicitários, que juntamente com a falta de áreas verdes e a inexistência de recantos naturais, constituem uma poluição visual desordenada que degrada o meio ambiente (Programa de Educação Ambiental, 2003).

A poluição visual pode estar inserida em muitos contextos e alterar o perfil de muitos lugares, e causa reflexos imediatos à imagem das cidades. Esse tipo de poluição interfere na vida das pessoas com diferentes intensidades, principalmente nas pessoas que residem em grandes centros urbanos.

As áreas públicas estão ficando cada vez mais sobrecarregados de informações reunidas de forma irregular, tirando as principais características de algumas áreas da cidade. Isso prejudica o turismo, interfere negativamente no comportamento humano, e nos piores casos, pode até gerar acidentes de trânsito, contribuindo para a má qualidade de vida das pessoas (Programa de Educação Ambiental, 2003).

O comprometimento da poluição visual, não pode ser medido com facilidade, mas as consequências para quem transita em grandes metrópoles são muito significativas. “Desde

a dificuldade de encontrar endereços e identificação de bairros ou estabelecimentos, até a influência em acidentes no trânsito, a poluição visual exerce no cenário urbano uma limitação que pode alterar a percepção humana devido às transformações artificiais” (Programa de Educação Ambiental, 2003).

Existem vários tipos de poluição visual, algumas atuações humanas que não estão ligadas à publicidade, como o grafite, pichações, fios de eletricidade e telefônicos, as edificações com falta de manutenção, o lixo não orgânico exposto, e outros resíduos urbanos, também são considerados poluição visual.

Apesar de existirem vários tipos de poluição visual a publicidade é a mais comum de todas em centros urbanos, e tem um papel muito forte na venda de informações. Fatores como o poder aquisitivo do anunciante e do consumidor, podem variar nas formas de publicidade. Com aumento da população, crescem as formas de comércio e surge um mercado com muita concorrência, para isso, se faz um maior investimento para chegar ao maior número possível de clientes. Portanto, essas atividades humanas geram prejuízos à natureza e, por consequência, ao próprio ser humano (DANTAS, Ivan Coelho; SILVA, José Ednaldo Feitoza da, 2008). Esse tipo de poluição é produzido por excessivas fontes de publicidades que podem modificar a paisagem nas cidades, podendo causar transtornos à saúde mental das pessoas que vivem ou trafegam nessas vias urbanas.

A lei municipal nº3528/2004 trata da publicidade ao ar livre em Jaraguá do Sul, onde é considerada publicidade ao ar livre qualquer tipo de divulgação pública, a fim de promover algum produto, marca ou atividade. Esta lei tem como principais objetivos: Organizar, disciplinar, orientar e controlar o uso e a veiculação de mensagens de qualquer natureza, respeitando o interesse coletivo, as necessidades de conforto ambiental e as prerrogativas individuais; Garantir a segurança das edificações e da população; Garantir as condições de segurança, fluidez e conforto no trânsito e tráfego de veículos e pedestres; Garantir os padrões estéticos da cidade; Estabelecer o equilíbrio dos diversos agentes atuantes na cidade, inclusive através de incentivo à cooperação de entidades, instituições e iniciativa privada na promoção da melhoria da paisagem do Município. No anexo I da lei em questão, estão dispostos a área máxima que letreiros e anúncios podem ocupar, sendo respectivamente 27,00m² e 54,00m² (JARAGUÁ DO SUL, 2004).

Submetem-se a esta Lei todos os letreiros e anúncios, visíveis ou audíveis do logradouro público. Segundo essa lei municipal, são considerados veículos ou engenhos publicitários as placas, cartazes, outdoors, adesivos, flâmulas, faixas, banners, etc. ou quaisquer elementos de comunicação visual ou audiovisual utilizados para fazer propaganda ao público. Nela entende-se por anúncio ou letreiro: a publicidade exposta no próprio local onde a atividade é exercida. Todo veículo ou engenho publicitário, bem como seus sistemas componentes e estruturas de sustentação, deverá observar o seguinte: oferecer condições de segurança pública, ter responsável técnico legalmente habilitado quanto ao projeto, execução, montagem, instalação, manutenção e remoção (quando exigido), não prejudicarem a visualização de bens significativos e locais de interesse paisagístico, turístico e ecológico, indicados pelo Poder Público, não prejudicar a visibilidade, a legibilidade e o entendimento da sinalização de trânsito ou outro sinal de comunicação institucional, destinado à orientação do público, bem como a numeração imobiliária, o mobiliário urbano, a arborização pública, a infraestrutura urbana e a nomenclatura dos logradouros, não prejudicar o livre trânsito dos pedestres e a visualização do tráfego, respeitar o direito de vizinhança, o sossego e a tranquilidade alheia, não prejudicar de alguma forma a insolação ou a aeração da edificação em que estiver instalado ou das edificações vizinhas, não apresentar conjunto de formas, sinais e cores que se confunda com as convencionadas para a sinalização de trânsito e de segurança contra incêndio.

O desatendimento às disposições desta Lei sujeita os infratores às seguintes penalidades: Os responsáveis pelo letreiro ou anúncio serão penalizados com multa; cancelamento do Alvará de Publicidade; remoção do veículo publicitário (JARAGUÀ DO SUL, 2004). As empresas de instalação e de manutenção serão penalizadas com a suspensão do registro no CADEP (Centro de Aperfeiçoamento e Desenvolvimento Especializado em Projetos Industriais e Ambientais) por prazo não superior a um ano, até ser sanada a irregularidade que a motivou, sob pena de cancelamento definitivo do registro. O cumprimento de intimação e pagamento de multa é de responsabilidade do proprietário do veículo publicitário. O pagamento da multa não regulariza a falta.

Contudo essa lei não regula totalmente a poluição visual, pois só trata da publicidade como poluição visual, e não prevê outros tipos de poluição visual como lixo, pichações, grafite, etc. Essa presente lei limita o tamanho dos letreiros e anúncios, mas não regula o número máximo permitido para outdoors, banners, cartazes, etc.

9. METODOLOGIA

Após um aprofundamento bibliográfico, fotografaremos a fachada de algumas lojas, e através de escalas, faremos a medida aproximada da área dos letreiros presentes na fachada pré-fotografada, dispondo de uma média real de algo que esteja presente na fotografia com a mesma distância do letreiro-câmera.

Calcularemos a área total dos letreiros presentes nas fachadas com a seguinte equação:

$$\text{ÁREA TOTAL DO LETREIRO} = Af \times Mr / Mf \times Ef \times Mr / Mf \quad \text{equação (01)}$$

Onde Af é a medida da altura do letreiro na fotografia, Ef é a medida da extensão do letreiro na fotografia. Mr será obtido através da medição de algo que foi fotografado juntamente com a fachada, enquanto Mf será a medida de Mr na figura.

Depois serão aplicados questionários de múltiplas escolhas para três amostras populacionais: comerciantes da Avenida Getúlio Vargas de Jaraguá do Sul, para pessoas que circulam nessa Avenida e para representantes de algumas empresas de design gráfico localizadas em Jaraguá do Sul. Os comerciantes serão amostras casuais simples: onde cada elemento da população tem oportunidade igual de ser incluído na amostra; as pessoas que circulam nessa Avenida serão amostras acidentais: compostas por acaso, com pessoas que vão aparecendo; e os representantes de empresas de design gráfico serão amostras intencionais: escolhidos casos para a amostra que representem o “bom julgamento” da população/universo (MORESI, Eduardo, 2003).

10. CRONOGRAMA

Atividade / Mês	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Revisão Bibliográfica	X	X	X	X	
Fotografar as Fachadas	X				
Fazer as Escalas da Fotografia		X			
Aplicar Questionários aos Grupos de Amostra		X	X		
Tabular os Dados Obtidos nos Questionários			X		
Construção do Trabalho de Conclusão				X	
Apresentação do Trabalho de Conclusão					X

11. REFERÊNCIAS

ÁVILA, Deivison. Smam tem três fiscais para fazer o controle da poluição visual. Disponível em <http://jcrs.uol.com.br/site/noticia.php?codn=74773&fonte=capa>. Acesso em: 20 abr. 2012.

CAMPOS, Watila Shirley Souza. **Poluição Visual Segundo o Direito Brasileiro**. 127 folhas. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Católica de Santos, Santos – São Paulo. 2006. Disponível em: http://biblioteca.unisantos.br/tede/tde_arquivos/1/TDE-2006-08-31T181643Z-7/Publico/Watila%20Shirley%20Souza.pdf. Acesso em: 20 abr. 2012.

COELHO, Marcelo Ricci. **Poluição visual: mais que estética, é risco a saúde**. Disponível em http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=3961. Acesso em 10 mai. 2012.

CRISPIM, Maristela. **Poluição Visual – Agressão constante para os olhos**. Disponível em <http://www.terrazul.m2014.net/spip.php?article230>. Acesso em 11 maio 2012.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio: o minidicionário da língua portuguesa**. Curitiba. 2008. 896p.

Fim da Poluição Visual em Rio Claro acontece só em 2013. Disponível em: <http://jornalcidade.uol.com.br/rioclaro/dia-a-dia/dia-a-dia/88155-Fim-da-poluicao-visual-em-Rio-Claro-acontece-so-em-2013>. Acesso em: 20 abr. 2012.

JARAGUÁ DO SUL. **Lei nº 3528, de 5 de março de 2004**. Disponível em: www.leismunicipais.com.br/a/sc/j/jaragua-do-sul/lei-ordinaria/2004/352/3528/lei-ordinaria-n-3528-2004-dispoe-sobre-a-publicidade-ao-ar-livre-e-da-outras-providencias-2008-12-18.html

JORGE, Ana Paula. GENTIL, Plínio Antônio Britto. **Função Social da Propriedade: A problemática da Poluição Visual**. Rev. Da SJRJ, Rio de Janeiro, nº25, p.47-61, 2009.

Língua e meio ambiente – Entendendo a Poluição Visual. Disponível em <http://minhababel.blogspot.com.br/2008/11/lngua-e-meio-ambiente-entendendo-poluio.html>. Acesso em 11 maio 2012.

MORESI, Eduardo. **Metodologia da pesquisa**. Universidade Católica de Brasília, 2003.

MURMEL, Nicholle. **Pouco conhecida, lei contra poluição visual gera discussões**. *Jornal Comunicação*, Sociedade, p.13, 23 de set de 2009.

NINNI, Karina. **Como funciona a Poluição Visual.** Disponível em <http://ambiente.hsw.uol.com.br/poluicao-visual.htm>. Acesso em 11 de maio de 2012.

Programa de educação ambiental Poluição. Disponível em: http://www.defesacivil.rj.gov.br/documentos/trabalhos%20e%20pesquisas/PROGRAMA_EDUCACAO_AMBIENTAL%20-%20POLUICAO.pdf

SANTOS, Antônio Silveira Ribeiros dos. MARTINS, Renata de Freitas. **Poluição: Considerações Ambientais e Jurídicas.** Rev. IMES, São Caetano do Sul – São Paulo, ano II nº5, p.100, julho/dezembro, 2002.

SECRETARIA DE ESTADO DA ORDEM PÚBLICA E SOCIAL DO DISTRITO FEDERAL. **Faq Poluição Visual.** Disponível em: <http://www.seops.df.gov.br/perguntas-frequentes/poluicao-visual.html>

SILVA, José Ednaldo Feitoza da; DANTAS Ivan Coelho. **Poluição Visual: Que mal isso faz?** BioFar, p.152, vol.2, 2008.

SOUZA, Andréia Dias de; PINTOR, Célio Fernando Nogueira Del; FREITAS, Daniel de Araújo; JUNIOR, Elias Ignácio Leite; OLIVEIRA, Michela Roberta de; NEVES, Odair Gonçalves. **Poluição Visual.** Portal Jurídico Investidura, Florianópolis/SC, 22 Jun. 2010. Disponível em www.investidura.com.br/biblioteca-juridica/artigos/direito-ambiental/164153. Acesso em: 12 Ago. 2013.

VARGAS, Heliana Comin; MENDES, Camila Faccioni. **Poluição visual e paisagem urbana: quem lucra com o caos.** Vitruvius, texto especial, n. 116, 2002.