



**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 Coorientador: Jean Raphael Zimmermann Houllou

JARAGUÁ DO SUL, 2012

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>4</b>
<b>2. DESENVOLVIMENTO.....</b>	<b>5</b>
<b>3. CONCLUSÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>4. REFERÊNCIAS .....</b>	<b>12</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Nos imóveis comerciais, existe a necessidade de se divulgar o tipo de negócio desenvolvido no local. Para isso utiliza-se principalmente letreiros, que ficam localizados frente à loja ou estabelecimento. Uma pesquisa realizada na Rua Augusta localizada em São Paulo, SP, mostrou que apenas 18,96% dos entrevistados, concorda 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, 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, sendo que também pode gerar confusão, cansaço, desatenção, estresse e, em alguns casos, pode acarretar depressão (Secretaria de Estado da Ordem Pública e Social do Distrito Federal, 2009).

A Lei Municipal nº 3528/2004 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 (JARAGUÁ DO SUL, 2004). Esta lei visa garantir os padrões estéticos da cidade e a segurança da população. Nela, são estabelecidas medidas máximas para letreiros, anúncios, outdoors, entre outros elementos de comunicação visual.

Nesta pesquisa daremos ênfase apenas aos letreiros dos estabelecimentos comerciais, sendo que objetivou-se analisar a lei nº 3528 de 05/03/2004 e verificar se os letreiros presentes em comércio na Avenida Getúlio Vargas estão respeitando a lei municipal quanto ao tamanho máximo permitido, além de saber a opinião da população sobre a poluição visual presente na Avenida.

Para cumprir com os objetivos dispomos de fotografias das fachadas de alguns estabelecimentos comerciais da Avenida Getúlio Vargas. Também foram 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.

## **2. DESENVOLVIMENTO**

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 (JARAGUÁ DO SUL, 2004).

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.

Submetem-se a esta Lei todos os letreiros e anúncios, visíveis ou audíveis do logradouro público e são considerados veículos ou engenhos publicitários as placas, cartazes, outdoors, adesivos, flâmulas, faixas, banners, 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. No anexo I da lei em questão, estão dispostos a área máxima que letreiros e anúncios podem ocupar, sendo respectivamente 27,00 m<sup>2</sup> e 54,00 m<sup>2</sup>.

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.

Para alcançar o objetivo proposto no presente estudo, fotografamos as fachadas dos estabelecimentos comerciais com letreiros que podiam ter uma área superior a 27m<sup>2</sup>, que segundo a lei anteriormente citada, é o tamanho limite para letreiros nos estabelecimentos comerciais da cidade.

Fotografamos um total de oito fachadas de estabelecimentos comerciais, e também mediu-se o comprimento de algo que estivesse aparecendo na fotografia e que tivesse a mesma distância da câmera para o letreiro, como por exemplo um pedaço da parede, para utilizar essa medida na hora de fazer as escalas.

### **Fotografia 01: Estabelecimento comercial 01**



Para calcular a área dos letreiros de dos estabelecimentos, dispomos da 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 foi obtido através da medição de algo que foi fotografado juntamente com a fachada, enquanto Mf é a medida de Mr na figura. Para obter o valor necessário de Mr, dispomos de uma fita métrica que foi utilizada para medir a largura de uma das paredes presente na Fotografia 01.

Para este primeiro letreiro, obtivemos os valores de Af, Mr, Mf e Ef, que foram respectivamente de 0,014m, 0,94m, 0,013m e 0,111m, que substituídos na equação resultam numa área total de aproximadamente 8,12m<sup>2</sup>. O procedimento foi repetido em todas as fotografias.

**Fotografia 02: Segundo estabelecimento comercial: Área total de aproximadamente 8,5m<sup>2</sup>.**



**Fotografia 03: Terceiro estabelecimento comercial: Área total de aproximadamente 1,18m<sup>2</sup>.**



Fotografia 04: Quarto estabelecimento comercial: Área total de aproximadamente 18,62m<sup>2</sup>.



Fotografia 05: Quinto estabelecimento comercial: Área total de aproximadamente 6,9m<sup>2</sup>.



Fotografia 06: Sexto estabelecimento comercial: Área total de aproximadamente 6,73 m<sup>2</sup>.



Fotografia 07: Sétimo estabelecimento comercial: Área total de aproximadamente 4,87m<sup>2</sup>.



**Fotografia 08: Oitavo estabelecimento comercial: Área total de aproximadamente 73,94m<sup>2</sup>.**



De acordo com a área máxima para letreiros prevista em lei mencionada anteriormente, os letreiros não podem ultrapassar os 27m<sup>2</sup>, e com base nos cálculos apresentados anteriormente, apenas o estabelecimento comercial número oito está descumprindo as determinações legais presente na lei municipal, sendo que sua medida é de aproximadamente 73,94m<sup>2</sup> que ultrapassa 46,94m<sup>2</sup> da área máxima permitida (JARAGUÀ DO SUL, 2004).

Depois de tirar as fotografias e fazer suas escalas, foram ainda aplicados questionários de múltipla escolha 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. Foi planejado aplicar 60 questionários a população, 20 questionários aos comerciantes e 10 questionários para os designers gráficos. Mas um comerciante recusou responder ao questionário, curiosamente, esse comerciante era responsável pelo único estabelecimento comercial, que de acordo com as escalas feitas nesse estudo, a área máxima permitida para letreiros prevista na lei municipal, não estava sendo cumprida. O questionário que seria

aplicado a esse comerciante foi aplicado a outro comerciante. Além dessa recusa, cinco responsáveis por empresas de design gráfico não responderam aos questionários solicitados.

Com as respostas dos questionários aplicados ao grupo amostral das pessoas que circulam na Avenida Getúlio Vargas, observou-se que 36,7% dos questionados acreditam que existe excesso de comunicação visual na Avenida Getúlio Vargas, enquanto 63,3% dos questionados acreditam que não. 18,3% dos questionados se sentem afetados pelo excesso de comunicação visual, enquanto 81,7% dos questionados não se sentem afetados por esse excesso de comunicação visual. 50% dos questionados acreditam que existe uma lei municipal referente à comunicação visual, e os outros 50% dos questionados acreditam que não. 5% dos questionados já tiveram algum dano à saúde causado pelo excesso de comunicação visual, e os outros 95% dos questionados nunca tiveram a saúde prejudicada pelo excesso de comunicação visual.

Com base nas respostas dadas nos questionários aplicados para o grupo amostral dos comerciantes da Avenida Getúlio Vargas, observou-se que para 55% dos comerciantes, existe uma lei municipal que estabelece tamanhos apropriados a anúncios, fachadas, banners, etc., enquanto os outros 45% dos comerciantes acreditam que não existe essa lei municipal. 10% dos comerciantes afirmam que os designs gráficos que confeccionaram seu letreiro da fachada mencionaram sobre essa lei municipal, e 90% disseram que nenhum design gráfico mencionou sobre tal lei. 20% dos comerciantes responderam que já foram notificados ou receberam uma visita de um fiscal, enquanto os outros 80% afirmaram que não, sendo que um afirmou que recebeu a visita em março de 2012, outro recebeu essa visita em setembro de 2012 e o terceiro afirmou que recebe a visita todos os anos, outro apenas recebeu uma notificação. E todos os comerciantes disseram que nunca foram multados por nenhum fiscal.

Apenas cinco designs gráficos responderam os questionários e todos eles responderam que nenhum comerciante nunca comentou ou perguntou sobre a existência de alguma legislação referente à comunicação visual, e todos também disseram que nenhum comerciante mencionou se já foi multado. Dois designs gráficos disseram que existe uma legislação em Jaraguá do Sul que estabelece tamanhos apropriados a anúncios, fachadas, banners e etc., enquanto os outros três disseram que essa lei não existe. Apenas um dos designs gráficos disse que sabe da existência de alguma fiscalização referente à comunicação visual, e apenas um design gráfico disse que já informou a algum cliente sobre a existência da legislação referente à comunicação visual.

### 3. CONCLUSÃO

O desenvolvimento das cidades traz consigo os problemas socioambientais, e a maneira bruta de tentar controlá-los é a legislação. No meio de tantos problemas a serem controlados, acabam ficando escondidos aqueles que não são discutidos pela população local que são geralmente os que não causam transtorno físico ou mental rápido e direto.

A fiscalização municipal prioriza fiscalizar aquilo que é discutido frequentemente pela população, e a poluição visual não está entre os problemas mais discutidos, isso pode ser comprovado de acordo com as respostas dos questionários aplicados às pessoas que circulam na Avenida Getúlio Vargas, onde 63,3% dos questionados, acreditam que nela, não há poluição visual. A maioria dos questionados também não se sente afetada pelo excesso de comunicação visual na Avenida, pois apresentam um percentual de apenas 18,3% de resposta afirmativa quanto a essa pergunta.

Apenas metade da população que foi questionada, sabe da existência de leis que regulam a publicidade na cidade. O desconhecimento sobre o assunto não se restringe aos circulantes da Avenida, pois os representantes das empresas de design gráfico do município, em sua maioria, afirmam não saber da existência da lei municipal que trata da publicidade ao ar livre em Jaraguá do Sul.

Com a medição da área dos letreiros dos estabelecimentos comerciais através de escalas, encontramos apenas um letreiro que não está dentro dos parâmetros exigidos pela lei, o que não traz uma grande preocupação com esse quesito da lei municipal. Mas mesmo com esse quesito da lei municipal sendo quase totalmente respeitado, podemos afirmar que existe poluição visual na Avenida Getúlio Vargas, pois a lei só prevê parâmetros correspondentes a colocação das placas e as dimensões das mesmas, mas não prevê suas quantidades e nem intensidades.

#### 4. 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, Wátala 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](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](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](http://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/Ingua-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](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](http://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.