

POLUIÇÃO VISUAL: UM ESTUDO DE CASO EM MANHUAÇU, MG

Fernando Pimentel¹, Jeane de Fátima Cunha Brandão², Isac Jonatas Brandão³¹ Graduado em Gestão Ambiental, FACIG, fernandosergiopimentel@gmail.com² Doutorado em Meio Ambiente, UFV, jeanefcunha@yahoo.com.br³ Mestre em Economia, UFV, isacbrand@hotmail.com

Resumo- O objetivo do trabalho foi mostrar a percepção dos moradores em relação à poluição visual. A pesquisa quanto à abordagem foi quantitativa, quanto aos objetivos foi descritiva e quanto aos procedimentos técnicos pesquisa de levantamento. Para a coleta de dados foi utilizada a amostragem não probabilística por conveniência, aplicando-se 50 questionários no centro da cidade e 50 questionários no bairro Coqueiro, ambos com oito perguntas. Também foi registrada por meio de fotografias a situação da poluição visual nas ruas, praças e avenidas no centro da cidade. Observou-se que a população possui percepção da poluição visual e que ela é provocada pelo excesso de publicidade. A maioria dos entrevistados não sabia que a poluição visual em excesso causa danos à saúde, apesar de 86% ter respondido que já se sentiu algum mal estar como dor de cabeça, cansaço mental ou problemas que dificultaram a visão ao andar por alguma rua ou avenida que possui excesso de publicidade, mostrando que a maioria não associa os incômodos sentidos com danos à saúde. Sugere-se que se invista na conscientização dos comerciantes, empresários, políticos entre outros, com relação ao uso indiscriminado da propaganda, bem como haja a aplicação das penalidades previstas na legislação.

Palavras-chave: Conscientização. Publicidade; Campanhas políticas; Qualidade ambiental.

Área do Conhecimento: Ciências Agrárias

1 INTRODUÇÃO

Através do desenvolvimento do comércio no século XX e seu contínuo crescimento no século XXI, Manhuaçu, assim como muitas outras cidades, tem nas ruas uma imensa poluição visual.

A economia de Manhuaçu se apoiava basicamente no café, mas atualmente nota-se um aumento do número de comércios dos mais diversificados seguimentos, gerando empregos, atraindo novos moradores e investidores. O progresso na cidade é notório, principalmente pela explosão do setor imobiliário e seu efeito de verticalização (construção de prédios). Destaca-se ainda, a expansão dos serviços médicos, de educação e técnicos, o que tem atraído milhares de pessoas para a cidade. Apesar dos benefícios desse crescimento econômico, muitos impactos ambientais são gerados, dentre eles a poluição visual.

A poluição visual corresponde ao excesso de placas, painéis, cartazes, faixas, banners, outdoors, anúncios publicitários, pichações, cavaletes, cartazes, fios de eletricidade e telefônicos, formas diversas de propaganda e até mesmo o lixo amontoado nas ruas e edifícios com falta de manutenção, algo que é muito comum no espaço das cidades. Mas é importante considerar que o problema, não é a existência da propaganda, mas o excesso.

O grande número de publicidade nas ruas gera um forte impacto visual sobre a paisagem urbana e reflete fortemente na imagem da cidade e na qualidade ambiental, causa dificuldade de orientação e deslocamento nas ruas e nas calçadas, prejudica a sinalização do trânsito, trazendo problemas de segurança aos motoristas e pedestres. Os prejuízos se refletem também na saúde mental dos cidadãos, pois sobrecarrega o indivíduo de informações desnecessárias.

Na época das campanhas eleitorais, a situação se agrava ainda mais, pois todos os espaços da cidade são ocupados com propagandas dos candidatos na busca incessante por mais votos.

O problema preocupa, mas ainda recebe pouca atenção por parte do poder público. Mas e a população de Manhuaçu, será que percebem o problema e os malefícios que pode causar? Diante dessa problemática, o objetivo do trabalho foi verificar a percepção dos moradores de Manhuaçu em relação à Poluição Visual.

2 METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada no município de Manhuaçu/ MG, localizado na Zona da Mata Mineira, com aproximadamente 85 mil habitantes e uma área de unidade territorial equivalente a 628,318 km² (IBGE, 2010).

As principais rodovias federais que dão acesso ao Município de Manhuaçu são a BR-262 e a BR-116, sendo a MG-111 a principal rodovia estadual que acede ao município. Em relação à distância entre os grandes centros, considerando o menor trajeto em rodovias federais ou estaduais, encontra-se a 278 km de Belo Horizonte, 420 km do Rio de Janeiro, 763 km de São Paulo, 1.040 km de Brasília e 262 km de Vitória (PMSB, 2014).

A pesquisa quanto à abordagem foi quantitativa. Quanto aos objetivos foi descritiva e quanto aos procedimentos técnicos foi de levantamento (GIL, 2008). Fonseca (2002) aponta que a pesquisa de levantamento é utilizada em estudos exploratórios e descritivos e pode ser de dois tipos: levantamento de uma amostra ou levantamento de uma população (também designado censo). Nesse estudo foi utilizada uma amostragem não probabilística por conveniência. Neste caso o pesquisador simplesmente utiliza dos elementos mais disponíveis da população, ou seja, seleciona membros da população mais acessíveis.

Dessa forma, foram aplicados 50 questionários no centro da cidade e 50 questionários no bairro Coqueiro, ambos com oito perguntas, a fim de verificar a percepção dos moradores de Manhuaçu em relação à poluição visual. Foi utilizado como modelo o questionário proposto por Silva e Dantas (2008).

Também foi registrada por meio de fotografias a situação da poluição visual nas ruas, praças e avenidas no centro da cidade. A pesquisa foi desenvolvida entre agosto e novembro de 2015.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Por meio da observação notou-se que as lojas, bancos, farmácias, padarias, restaurantes, bares, entre outros, são os principais utilizadores da propaganda visual. Constatou-se também que os principais meios utilizados para divulgação visual de produtos e serviços são: outdoors, banners, cartazes, faixas, letreiros e placas comuns, o que torna o ambiente conturbado. No centro e Coqueiro destacam-se as placas comuns e na BR e terrenos baldios os outdoors. Silva e Dantas (2008) também observaram em estudos realizados em Campina Grande um grande número de outdoors em seu meio urbano e que os mesmos trazem um grande transtorno ao patrimônio público.

Com relação à percepção da população sobre a poluição visual observou-se a maioria já ouviu falar em poluição visual, sabe que a poluição visual é provocada pelo excesso de publicidade, concordam que o excesso de publicidade, produzidos pela propaganda deixa a cidade feia, sem estética e concordam também que a Prefeitura da cidade deve exercer esse controle sobre as atividades que causem poluição visual (Tabela 1).

As leis 1.241/78 e 1.034/2009 disciplinam e orientam a forma como deve ser feita a publicidade nas vias e logradouros públicos, bem como nos lugares de acesso ao uso comum do povo (SCSM, 2014). Mas, no âmbito federal, não é específica, portanto, ela transfere ao município a tutela de legislar sobre o disciplinamento da publicidade e do parcelamento do solo urbano (SILVA; DANTAS, 2008).

Em Manhuaçu existe uma legislação específica (Decreto 1.034/2009). Nela é especificado que para afixar cartazes ou propaganda em espaço público, deve-se protocolar o seu requerimento na Prefeitura de Manhuaçu, junto ao Cadastro Econômico para avaliação do seu pedido. Nesse pedido deve constar a descrição detalhada do meio e da forma de publicidade que serão utilizados, sua dimensão, localização e demais características. Concedida a licença, o interessado deverá pagar a Taxa de Licença de Publicidade, conforme tabela constante do Código Tributário Municipal (SCSM, 2014).

A Lei 1.241/78 em seu artigo 151 considera, bem como o Decreto 1.034/2009 em seu artigo 4º: “que a exploração dos meios de publicidade nas vias e logradouros públicos, bem como nos lugares de acesso comum, depende de licença da Prefeitura”. As pessoas que fizerem utilização do espaço público para colocação de propaganda estão sujeitas a multa. A penalidade, além de impor a obrigação de fazer ou desfazer, será pecuniária e consistirá em multa (art. 7º do Código de Posturas) que será de 20 (vinte) a 50 (cinquenta) por cento do salário mínimo - considerando cada ocorrência, com punição em dobro em caso de reincidência (SCSM, 2014).

Tabela 1- Respostas dos entrevistados.

Perguntas:	Sim (%)	Não (%)
1. Você já ouviu falar em poluição visual?	90	10
2. Você sabia que a poluição visual é provocada pelo excesso de publicidade utilizando-se outdoors, placas, cartazes, faixas, banners, placas luminosas, letreiros luminosos, pichações em paredes e letreiros, lixo entre outros?	78	22
3. Você sabia que poluição visual em excesso causa danos à saúde?	48	52
4. Alguma vez você, andando por alguma rua ou avenida que possui excesso de publicidade, já se sentiu com alguma mal estar como dor de cabeça, cansaço mental ou problemas que dificultaram sua visão?	86	14
5. Você concorda que o excesso de publicidade, produzido pelos meios citados na pergunta 2, deixa a cidade feia, sem estética?	90	10
6. Você concorda com decisão de TRE de proibir a divulgação política de candidatos com colagem de fotos em postes, residências entre outros, bem como a propaganda em outdoors?	94	6
7. Os candidatos, em sua opinião, devem continuar pichando muros residenciais?	2	98
8. A Lei Federal número 6.938 determina que a municipalidade deva aprovar leis que disciplinem a utilização do espaço urbano com publicidades visuais, além de outras providências, como os meios citados na pergunta 2, Você concorda que a Prefeitura de sua cidade deve exercer esse controle sobre as atividades que causem poluição visual?	94	6

Fonte: Dados da pesquisa

A maioria dos entrevistados não sabia que a poluição visual em excesso causa danos à saúde, apesar de 86% ter respondido que já se sentiu algum mal estar como dor de cabeça, cansaço mental ou problemas que dificultaram a visão ao andar por alguma rua ou avenida que possui excesso de publicidade (Tabela 1), mostrando que a maioria não associa os incômodos sentidos com danos à saúde. De acordo com Moreira (2002) a poluição visual compromete a saúde devido aos efeitos psicológicos, cansaço e irritação (MOREIRA, 2002). Além dos efeitos na saúde ainda induz ao consumo, modifica a arquitetura original da cidade desfigurando-a de forma a perder a identidade de patrimônio e distrair do motorista no trânsito. Ao ler um cartaz ou um outdoor, guiando um veículo, o motorista pode perder o controle e causar acidentes de graves proporções. (SILVA; DANTAS, 2008). Mas apesar de tantos malefícios o problema é relegado a segundo plano, justamente por suas consequências não serem tão visíveis (JÚNIOR, 2004).

Vargas e Mendes (2002) consideram que a partir de determinado ponto, a quantidade de informações e mensagens, passa a criar uma sensação de irritação que acaba por surtir efeito inverso ao que se pretendia inicialmente, ou seja, não permite a adequada absorção das mensagens. Dos entrevistados, 98% (noventa oito por cento) não acham correto que os candidatos a eleição picharem muros residenciais e maioria apoia a decisão do TRE (Tribunal Regional Eleitoral) de proibir a divulgação política de candidatos com colagem de fotos em postes residências etc, bem como a propaganda em outdoors. É proibido em todo o município pichar, desenhar, escrever ou pintar propaganda eleitoral em paredes, muros e fachadas, em áreas públicas e particulares, visíveis do passeio público. Assim como espalhar santinhos por ruas e logradouros públicos, em especial diante dos colégios eleitorais no dia do pleito, mas não é o que se observa na cidade.

4 CONCLUSÃO

Grandes partes dos entrevistados percebem a poluição visual e seu lado negativo. Achem que o excesso de publicidade deixa a cidade feia e apoiam iniciativas para conte-la.

A cidade de Manhuaçu possui legislação específica sobre a poluição visual, o que é uma vantagem em relação a outros municípios que ainda não a possuem. Mas, apesar disso a sucessão

de propagandas tem ocupado de forma indiscriminada o espaço urbano, conforme observado na pesquisa. Sugere-se que haja uma conscientização dos comerciantes, empresários, políticos entre outros, em relação ao uso indiscriminado da propaganda, bem como a aplicação das penalidades previstas na legislação.

5 REFERÊNCIAS

ANATACLI, BIANCA M; BILTON SIGNORINI. **Aspectos jurídicos da poluição visual**. Dissertação (mestrado em direitos difusos e coletivos) Pontifícia Universidade Católica São Paulo, São Paulo 2004.

ADAM, R. S. Analisando o conceito de paisagem urbana de Gordon Cullen. **DaVinci**, v. 5, n.1, p. 61-68, Curitiba/PR 2008. Disponível em: <http://www.up.edu.br/davinci/5/pdf21.pdf>. Acesso em 29/09/2015

BRASIL. Constituição, 1988. Capítulo VI do Meio Ambiente Constituição da República Federativa do Brasil, 1988. **mini Códigos Ambiental**, 2014. P.146

BRASIL. Lei nº 6.938, agosto de 1981, art.3º, III, **mini código ambiental**, 2014, p.966

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LEMOS, B.; FALCÃO, L.; COSTA, M. Poluição visual: as chagas da paisagem urbana de Juiz de Fora. **CES Revista**, v.23, p.11-21, 2009.

MINAMI, Issao. **Paisagem urbana de São Paulo**. Publicidade externa e poluição visual. *ArquiteXtos*, v.13, texto especial 74, jun.2001. Disponível em <http://vitruvius.com.br/arquitextos/arq000/esp074.asp>. Acesso em 26/09/2015

MOREIRA, I. **O Espaço Geográfico** – Geografia Geral e do Brasil. 40ª Ed. São Paulo: Editora Ática. 2000. 245.

MUSETTI, Rodrigo Andreotti. A poluição eleitoral e o direito ambiental. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 5, n.46, 1 out. 2000. Disponível em: <http://jus.com.br/artigos/1530>. Acesso em: 25.10. 2015.

REBOUÇAS. O. M. C; POZZETT. C. V. Hileia: **Revista do Direito Ambiental da Amazônia**, n.18, p.101, 2012.

SÁNCHEZ, L. E. **Avaliação de impacto ambiental, conceitos e métodos**. 1ª reimpressão. São Paulo Editora Oficina de textos, 2008 p.24

SILVA, J.E.F.; DANTAS, I. C. Poluição Visual: Que Mau Isso Faz ?. **Biofar**, v.2, n.2, p.150-162, 2008.

VARGAS, H.C; MENDES, C. F. **Poluição visual e paisagem urbana**: quem lucra com o caos? *Arquitextos*, v. 20, texto especial 116, jan. 2002. Disponível em: <http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq000/esp116.asp> Acesso em: 10 nov. 2015.