

## **POLUIÇÃO VISUAL E O AMBIENTE CONSTRUÍDO: PROGRAMA ANUNCIE LEGAL COMO INSTRUMENTO DE PADRONIZAÇÃO NA COMUNICAÇÃO VISUAL**

## **VISUAL POLLUTION AND THE CONSTRUCTED ENVIRONMENT: ANUNCIE LEGAL PROGRAM AS A STANDARDIZATION IN VISUAL COMMUNICATION**

Ariana Souto Brenner\*

Valéria Rolim Marostega\*\*

Caliane C. O. de Almeida (orientadora)\*\*\*

### **RESUMO**

Este trabalho tem por objetivo identificar os impactos causados pela utilização excessiva de anúncios publicitários na paisagem urbana das cidades, principalmente nos centros históricos. Diante disso, escolheu-se como objeto de estudo a Rua do Acampamento, que está localizada no centro histórico de Santa Maria – RS e possui valor histórico e econômico para a cidade. Serão analisados, por meio de imagens levantadas *in loco*, a disposição e formato desses anúncios que estão fixados nas edificações ao longo da Rua do Acampamento. Além disso, analisou-se também, o Decreto Executivo Nº 118, que estabelece o Programa Anuncie Legal, em vigor na cidade, e que prevê a regulamentação dos anúncios publicitários em determinadas regiões de Santa Maria. Outro objetivo do trabalho é propor, ao final, melhorias para o Programa Anuncie Legal, visando uma melhor qualidade da paisagem urbana na região.

**Palavras-chave:** Poluição Visual, Santa Maria, Paisagem Urbana.

---

\* Mestranda no Programa de Pós-graduação *Stricto Sensu* em Arquitetura e Urbanismo da IMED – PPGARQ/IMED. Email: <brenner.ariana@hotmail.com>.

\*\* Arquiteta e Urbanista. Acadêmica do Programa Especial de Graduação de Formação de Professores para a Educação Profissional-UFSM. Acadêmica do Curso de Especialização em Gestão Ambiental-UCDB. Email: <arq.valeria@hotmail.com>.

\*\*\* Coordenadora do Programa de Pós-graduação *Stricto Sensu* em Arquitetura e Urbanismo da IMED – PPGARQ/IMED. Email: <caliane.silva@imed.edu.br>.

## ABSTRACT

This work aims to identify the impacts caused by the excessive use of commercial advertisements in the urban landscape of cities, mainly in historical centers. In view of this, we chose as object of study the Camp Street, which is located in the historical center of Santa Maria - RS and has historical and economic value for the city. The layout and format of these ads that are posted on the buildings along Camp Street will be analyzed through images collected in loco. In addition, Executive Decree No. 118, which established the "Anuncie Legal" program in force in the city, was also analyzed, which provides for the regulation of advertisements in certain regions of Santa Maria. Another objective of the work is to propose, in the end, improvements for the Legal Publicity Program, aiming at a better quality of the urban fathering in the region.

**Keywords:** Visual Pollution, Santa Maria, Landscape.

## 1. INTRODUÇÃO

Os anúncios publicitários têm causado prejuízos para as cidades no que diz respeito à qualidade da paisagem urbana, entendida por este trabalho como a identidade visual de uma cidade. Por vezes, estes anúncios publicitários estão dispostos de forma desordenada nas edificações, provocando uma poluição visual desagradável nos centros históricos das cidades e comprometendo a identificação arquitetônica destas edificações.

Segundo Portella (2010), a solução para essa questão não é impedir a fixação destes anúncios publicitários, e sim encontrar uma forma que estas mídias externas se relacionem de uma maneira mais honesta com o espaço público, respeitando a cultura, à identidade local e os interesses envolvidos no planejamento urbano de cada tipo de cidade.

Desse modo, o presente trabalho pretende identificar os impactos negativos dos anúncios comerciais nos centros urbanos, bem como contribuir com estudos já existentes sobre o assunto e que pretendem melhorar a relação entre comércio e cidade. Para isto, escolheu-se como objeto de estudo a Rua do Acampamento, localizada no centro histórico de Santa Maria – RS.

Outra questão que será abordada neste artigo trata-se do Decreto Executivo Nº 118, em vigor na cidade de Santa Maria, que estabelece o Programa Anuncie Legal e visa a padronização dos anúncios publicitários em toda a cidade como tentativa de controle e ordenação destes anúncios na paisagem urbana de Santa Maria. O Programa também tem por objetivo atender ao interesse público, assegurando uma melhor legibilidade da cidade. (IPLAN, 2015).

O artigo está estruturado em quatro momentos: O primeiro trata do referencial teórico utilizado para estudo, bem como os conceitos e discussões em torno do tema em questão. Em um segundo momento, situa-se geograficamente o objeto de estudo e justifica-se o objeto de estudo. No terceiro momento analisam-se as imagens da rua que foram levantadas *in loco*. Por fim, no quarto tópico, irá ser analisado o Programa Anuncie Legal como ferramenta de padronização dos anúncios publicitários em Santa Maria bem como suas diretrizes.

## 2. CONCEITOS

Para Portella (2010), poluição visual corresponde à degradação do espaço urbano, por conta do uso indiscriminado de anúncios publicitários e de interesses particulares, onde se desconsideram as características arquitetônicas das edificações em que os mesmos são fixados. Muitas dessas edificações possuem caráter histórico e cultural, o que representa um desserviço perante à comunidade.

Estes anúncios são conhecidos também como uma forma de mídia externa, que Sant'Anna (2002), classifica como veículo visual para ser lido e visto. O folheto, o rádio, a TV, vão até a residência do consumidor, o jornal e a revista são comprados por vontade própria, o cartaz e o luminoso, por sua vez, são percebidos de passagem, nas vias públicas, mais ou menos casualmente. Entretanto, pelos seus tamanhos, os dois últimos exercem "impacto sobre o público e pela repetida exibição conseguem influir, fixar uma mensagem breve e veicular uma impressão" (SANT'ANNA, 2002, p.235).

No que se refere a paisagem urbana, Santos (1991) afirma que paisagem é tudo aquilo que nossa visão alcança. Ela é formada de volumes, cores, movimentos, odores, sons, etc. Cada pessoa tem uma forma de absorver a paisagem e, por conta disso, a visão do homem das coisas materiais será sempre deformada.

Santos (1991) ainda ressalta que há dois tipos de paisagem: a artificial e a natural. Pode-se dizer que a paisagem artificial é aquela alterada pelo homem, e onde não houveram esforços humanos seria a paisagem natural. Se um lugar não teve algum tipo de interferência humana, é porque provavelmente haja interesses políticos e econômicos sobre ele.

Portanto, a sociedade tem influência direta na paisagem artificial. Nesse sentido, Carlos (1992) acredita que a partir de uma base material, a sociedade vai produzindo seu próprio mundo a medida que vai criando uma relação com a natureza. Após este contato, a paisagem deixa de ser algo primitivo e desconhecido para adquirir um formato mais humano. Formato este, materializado em edificações, ruas, avenidas, cheios e vazios, etc. Nesse sentido, a paisagem é interpretada como fator humano, histórico e social, que:

(...) existe e se justifica pelo trabalho do homem, ou melhor, da sociedade. É produzida e justificada pelo trabalho enquanto atividade transformadora do homem social, fruto de um determinado momento do desenvolvimento das forças produtivas, e aparece aos nossos olhos, por exemplo, através do tipo de atividade, do tipo de construção, tipo de veículos, cores, usos, etc. (CARLOS, 1992, p. 37).

O que tem ocorrido na maioria dos centros históricos é uma falta de regulamentação. Se não acontecer organizadamente, essa interação entre homem e natureza poderá trazer prejuízos para a paisagem urbana, como veremos a seguir.

### **3. SITUAÇÃO DO EIXO DE ANÁLISE**

Partindo destes conceitos, delimitamos como objeto de estudo a Rua do Acampamento, devido ao seu valor histórico e econômico, bem como diante do atual quadro de poluição visual (letreiro, pinturas, placas e anúncios), mesmo com a legislação proibitiva em vigor. As edificações de caráter histórico presentes na rua, encontram-se hoje recobertas por anúncios publicitários dos mais variados tamanhos e cores, o que provoca uma poluição visual causada pelo excesso de informação comercial e desnecessária para uma boa legibilidade da rua.

O município de Santa Maria está localizado na região central do estado do Rio Grande do Sul, e segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2016), o município possui uma área de 1.781,757 km<sup>2</sup> de extensão e uma população

total de 277.309 habitantes. Conforme afirma Casarin (2007), Santa Maria é uma cidade que possui uma economia baseada no setor de comércio e prestação de serviço (setor terciário) bem desenvolvidos que absorvem cerca de 80% da população ativa da cidade.



**Figura 1:** Mapa Rio Grande do Sul.

**Fonte:** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017).

### 3.1.1 Sobre a Rua do Acampamento

Segundo Casarin (2007), a Rua do Acampamento, antiga Rua São Paulo, juntamente com a Rua Dr. Bozzano são o berço da cidade, surgindo desde a chegada das tropas portuguesas em 1977. Inicialmente, a rua abrigava o Quartel da cidade, o escritório da comissão técnica e alguns ranchos de moradia de famílias de oficiais.

A Rua do Acampamento, segundo a Lei de Uso e Ocupação do Solo de Santa Maria, está localizada no centro histórico da cidade (Zona 2) e, segundo Casarin (2007), a rua é uma das artérias mais antigas do município e passou por diversas transformações ao longo do tempo. Por esse motivo, a rua é caracterizada por edificações ecléticas, art déco, modernas e contemporâneas e, em sua maioria, destinadas ao comércio e serviço.

A delimitação da Rua do Acampamento acontece entre as Ruas Dr. Bozzano, ao norte, onde ela passa a se chamar Avenida Rio Branco, e a Avenida Medianeira, ao sul, onde ela passa a se chamar Avenida Fernando Ferrari (Figura 2). Trata-se de

uma rua estreita, com grande movimentação de automóveis e pedestres, além de abrigar um dos principais corredores de ônibus do município.



**Figura 2:** Eixo da Rua do Acampamento.  
**Fonte:** Imagem via satélite manipulada pelas autoras.

#### **4 INCOMPATIBILIDADE VISUAL ENTRE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS E A EDIFICAÇÃO EXISTENTE.**

A clareza visual da paisagem é fundamental para a compreensão e localização espacial. A partir do momento em que elementos encontram-se dispostos desordenadamente no espaço urbano, a boa legibilidade do local fica prejudicada. Para Lynch (1999), estruturar e identificar o espaço é importante pois esta imagem tem grande relevância prática e emocional no indivíduo. Nesse sentido, a legibilidade do meio ambiente não oferece apenas segurança ao indivíduo, mas também intensifica a experiência humana.

A Rua do Acampamento, ao longo de suas quadras, apresenta uma quantidade significativa de edificações recobertas por anúncios publicitários, sendo que a maioria destas edificações possuem valor histórico e cultural para o município, como mostram os exemplos das figuras 3, 4, 5 e 6.



**Figura 3:** Rua do Acampamento/jun. 2017.  
**Fonte:** Acervo das autoras.



**Figura 4:** Rua do Acampamento/jun. 2017.  
**Fonte:** Acervo das autoras.



**Figura 5:** Rua do Acampamento/jun. 2017.  
**Fonte:** Acervo das autoras.



**Figura 6:** Rua do Acampamento/jun. 2017.  
**Fonte:** Acervo das autoras.

Nesse contexto, Minami (2017) acredita que as cores fortes e vibrantes destes anúncios remetem à uma maior divulgação de seus produtos, onde essa informação excessiva sufoca o público-alvo. Por outro lado, a inexistência da informação publicitária inibe e, de certa forma se distancia do público popular consumista, fazendo com que este não se sinta convidado a entrar no local.

## 5. PROGRAMA ANUNCIE LEGAL COMO DISPOSITIVO PADRONIZADOR DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS

Vindo ao encontro desses problemas, o Município de Santa Maria criou em 2015 um Decreto Executivo Nº118, de 16 de novembro de 2015, que estabelece o Programa Anuncie Legal. Este programa pretende combater e minimizar os efeitos da poluição visual nos espaços públicos e em fachadas de edificações da cidade, padronizando os anúncios publicitários, aliando o desenvolvimento econômico e histórico da cidade à valorização da sua identidade arquitetônica.

Além disso, o referido Programa determina critérios e normas de fixação dos anúncios de fachadas de edificações e nos espaços urbanos, tais como: imóvel de propriedade particular ou público, edificado ou não; mobiliário urbano; postos de abastecimento; faixas domínio pertencentes à infraestrutura; obras de construção civil e bens de uso comum do povo. A legislação também especifica a tipologia dos informes publicitários baseando-se em três classificações:

- Zona 2: Estabelecimentos situados o Centro Histórico, conforme Plano Diretor de Santa Maria, onde está localizada nossa área de estudo.
- Urbanos: Todos os demais estabelecimentos localizados fora da Zona 2;
- Especiais: Empreendimentos com área comercial ou de serviços maior ou igual a 5.000m<sup>2</sup> (cinco mil metros quadrados) ou com testada de lote maior ou igual a 100m (cem metros).

O programa estabelece os parâmetros para as dimensões e materiais conforme sua tipologia, podendo ser: toldo, bandeirola, placa, painel eletrônico e outdoor. Estes somente poderão ser instalados após a devida emissão da licença pela Secretaria do Desenvolvimento Urbano. Algumas das edificações ao longo da Rua do Acampamento, já possuem seus anúncios adequados conforme prevê o programa como mostram as figuras 7 e 8.



**Figura 7:** Rua do Acampamento/jun. 2017.  
**Fonte:** Acervo das autoras.



**Figura 8:** Rua do Acampamento/jun. 2017.  
**Fonte:** Acervo das autoras.

Como principais diretrizes e objetivos, o Programa Anuncie Legal busca assegurar a valorização do ambiente natural e construído; segurança e fluidez na mobilidade de veículos e pedestres; bem estar estético, cultural e ambiental da população; combate à poluição visual e degradação ambiental, bem como a preservação da memória cultural da cidade.



Cabe ressaltar que o programa ainda não foi aplicado por grande parte das edificações da cidade devido a troca de gestão na Prefeitura de Santa Maria, que ocorreu no ano de 2016. O prefeito eleito nesta ocasião adiou o prazo para a regulamentação das fachadas das edificações, segundo prevê o Decreto Executivo Nº 118, para o ano de 2018. Sendo o Programa Anuncie Legal aplicado e fiscalizado, os proprietários e locatários dos imóveis ficam passíveis de penalidades à serem aplicadas pela Secretaria de Município de Desenvolvimento Urbano caso não sejam regulamentados até a data limite.

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Conclui-se que o Programa Anuncie Legal traz benefícios para a paisagem urbana de Santa Maria, especialmente para a Rua do Acampamento, por ser uma região densa de edificações que possuem valor histórico para a cidade. Essas edificações presentes na rua estão hoje cobertas por anúncios publicitários dos mais variados formatos e cores, proporcionando a descaracterização do espaço construído.

Portanto, ao visitar a Rua do Acampamento, percebe-se que o uso inadequado e exagerado dos anúncios publicitários não é o único problema do local. Além do excesso de informação causado pelos anúncios, o passeio público também é utilizado como forma de extensão das lojas, interferindo nas condições de legibilidade e acessibilidade da região. Além disso, a poluição sonora ao longo da rua é algo perturbador, causada pelo excesso de veículos que transitam em uma rua relativamente estreita e com uma sinalização de trânsito prejudicada.

Diante desse contexto, o Decreto Executivo Nº 118 deveria prever além das diretrizes que regulamentam os anúncios publicitários, alguma forma de restrição à mídia externa que se utiliza do passeio público na região, tendo em vista que essa também é uma representação da paisagem urbana.

## REFERÊNCIAS

- CARLOS, A. F. A. *A cidade*. Ed. Contexto. São Paulo, 1992.
- CASARIN, Vanessa. *A mídia externa e o ambiente construído na paisagem urbana: um estudo de caso*. 2007. 196 p. Originalmente apresentado como dissertação de mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. *Cidades@, Rio Grande do Sul, Santa Maria*. Rio de Janeiro, 2016. Recuperado em 24 de abril de 2017, de <http://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/rj/rio-de-janeiro/panorama>.
- Instituto de Planejamento de Santa Maria/RS – IPLAN. *Anuncie Legal*. Santa Maria, 2015. Recuperado em 24 de abril de 2017, de <http://iplan.santamaria.rs.gov.br/site/projeto/visualizar/id/71>.
- LYNCH, Kevin. *A imagem da cidade*. Ed. Martins Fontes. São Paulo, 1999.
- MINAMI, Issao. Paisagem Urbana de São Paulo. Publicidade externa e poluição visual. Junho, 2001. Disponível em: <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/02.013/879>. Acesso em: abr. 2017.
- PORTELLA, Adriana. *A poluição visual de centros históricos no Brasil a partir da percepção do pedestre*. Artigo apresentado para o I Encontro da Associação Nacional de Pesquisa em Arquitetura e Urbanismo. Rio de Janeiro, 2010.
- Santa Maria. Decreto Executivo No 118, DE 16 DE NOVEMBRO DE 2015 - Estabelece o Programa Anuncie Legal e dá outras providências.
- SANT'ANNA, Armando. *Propaganda: Teoria, técnica e prática*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- SANTOS, Milton. *Metamorfoses do espaço habitado*. Ed. USP. São Paulo, 1991.