

Avaliação do Impacto Visual na Avenida Presidente Vargas em Rio Verde-GO¹

Silva, Suzane²; Reys, Paula ³ Cruvinel, Wennyker⁴

¹ Artigo apresentado à Faculdade de Engenharia Ambiental como parte dos requisitos para obtenção do título de Engenheiro Ambiental, Faculdade de Engenharia Ambiental, Universidade de Rio Verde, 2013.

² Aluna de Graduação, Faculdade de Engenharia Ambiental, Universidade de Rio Verde, 2013. E-mail: suzane_paula@yahoo.com.br

³ Orientadora, Professora da Faculdade de Engenharia Ambiental, Universidade de Rio Verde, 2013. E-mail: preys@hotmail.com

⁴ Co-orientador, graduado em Engenharia Ambiental, Universidade de Rio Verde, 2013. E-mail:wennyker@gmail.com

Resumo: O crescimento populacional vem causando sérios impactos degradadores sobre o meio ambiente. O objetivo desse trabalho é fazer uma análise da concepção ambiental da populacional em relação a poluição visual na principal avenida de acesso ao centro comercial de Rio Verde, através de um questionário com fotos, analisando a presença de placas, banner, fachadas e luminosos, e a organização destes nas ruas e prédios comerciais, bem como propor alternativas para uma melhor organização de propaganda visual e minimização desse impacto ambiental. As principais manifestações da poluição visual são a proliferação desordenada de anúncios (publicitários ou eleitorais); A questão, de fato, é complexa, pois envolve direitos de várias ordens, tais como interesses econômicos, empresariais, políticos e fiscais do município.

Palavras-chave: poluição visual; publicidade; paisagem urbana.

Visual Impact Assessment in Rio Verde-GO

Abstract: Population growth is causing serious degrading impacts on the environment in this century. The aim of this study is to analyze the environmental design of the population in relation to visual pollution in the main avenue of access to the commercial center of Rio Verde, through a questionnaire with photos, analyzing the presence of plaque, banner, facades and bright, and organization of these streets and commercial buildings, as well as propose alternatives for better organization of visual advertising and minimize this environmental impact. The major manifestations of visual pollution are the disorganized proliferation of ads (advertising or elections); The issue, in fact, is complex because it involves rights of different categories, such as political and economic interests, corporate, tax and the State.

Key-words: visual pollution; advertising; urban landscape.

INTRODUÇÃO

No Brasil, o crescimento populacional de forma desordenada tem causado graves prejuízos ao meio ambiente (VIEIRA, 2010).

Com o aumento da população ocorre o crescimento das formas de comercialização e o surgimento da concorrência de mercado, conseqüentemente, maior investidura das empresas em propaganda. Assim, para chegar ao maior número possível de clientes, a relação entre ação, comunicação e urbanização no comércio, cada vez mais competitivo, podem ser apontados como os principais responsáveis pela excessiva poluição visual (*outdoors*, cartazes, totens, placas, cavaletes, infláveis, *backlights*, *frontlights*, painéis eletrônicos e similares). De acordo com Ferretto (2007) questões como: uso do solo, invasões, conformação urbana, sinalizações, mobiliário urbano e infraestrutura urbana são também responsáveis pela ação poluidora.

De certa forma esses fatores definem a personalidade das cidades ao buscarem uma comunicação indireta como no caso a visual, denegrindo a paisagem das cidades, desvalorizando e descaracterizando os espaços urbanos, acarretando efeitos nefastos à saúde psíquica do ser humano. Todos esses fatores promovem desconforto espacial e visual àqueles que transitam e residem nesses locais, aumentando a carga neurótica da vida cotidiana e o estresse já sofrido pelos cidadãos (LOYOLA, 2008).

As principais manifestações da poluição visual são a proliferação desordenada de anúncios (publicitários ou eleitorais); estações rádio-base de telefonia celular; pichações e grafites; postes com fiação aérea, veículos automotores e os engarrafamentos em avenidas e ruas da cidade; favelas e lixo acumulado; alterações de fachada com estilos contrastantes e até excesso de luminosidade (ANTACLI, 2004).

Em consequência disso houve o interesse da sociedade de impor limites aceitáveis para minimizar os efeitos negativos desse tipo de poluição, como a criação de leis e normas de padronização. No entanto as leis federais, estaduais e municipais que se dispõem a controlar os meios de poluição não acompanham o crescimento desordenado das cidades.

No Brasil, a questão da poluição visual, é regulamentada pela Lei Federal nº 6.938/81 que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação. Nela o meio ambiente é definido como:

... o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas ..." (art. 3º, inc. I) e a poluição como: "... a degradação da qualidade ambiental resultante de atividades que direta ou indiretamente afetem as condições estéticas ou sanitárias do meio ambiente (art. 3º, inc. III, letra d).

Dessa forma, fica clara a importância da preservação visual urbana, por estar relacionada diretamente, com a qualidade de vida da população que reside nas cidades (CECHIN; TEIXEIRA, 2012).

O Código de Posturas (Lei Complementar 014/92) não obteve resultados satisfatórios ao instituir os marcos legais de proteção à paisagem urbana, permitindo a instalação de até oito *outdoors* (quatro de cada lado da rua), em grupo, respeitando a distância de um metro entre cada anúncio (art. 145, II).

De fato a questão é extremamente complexa, pois envolve direitos de várias ordens, tais como interesses econômicos, empresariais, políticos e públicos (LOYOLA 2008).

A cidade de Rio Verde, objeto desse estudo, localiza-se no sudoeste do estado de Goiás, possuindo aproximadamente 185.465 mil habitantes, é considerada como um grande polo de crescimento econômico, também como a capital do agronegócio de Goiás e o segundo município no *ranking* estadual no que concerne à competitividade, destacando-se nos diferentes setores: pecuária, agricultura, indústria, comércio e serviços, em relação ao PIB estadual, representa o segundo lugar no valor adicionado da agropecuária (4,3%); o quarto lugar da indústria (6,85%), o quinto lugar dos serviços (4,06%) (GOIÁS, 2010 *apud* GUIMARÃES, 2010, p. 24).

Devido a expansão agroindustrial do município grandes empresas e instituições como a BRF se instalaram na região aumentando a oferta de empregos em nosso estado e atraindo um grande contingente populacional, sendo apontado também como pólo de migração, apresentando um crescimento populacional de 36% entre 2001 e 2009 (GOIÁS, 2010 *apud* GUIMARÃES, 2010, p. 27).

Dentre esse contexto é possível vincular a crescente demanda comercial com a poluição visual de nosso município, (PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO VERDE, 2009), já que novos bairros surgem ao longo dos anos, centros comerciais e lojas de apoio se proliferam no entorno em busca de bons negócios. Decerto paisagem, arquitetura e comunicação visual dão forma e personalidade a uma cidade. Entretanto,

quando essa simbiose perde seu equilíbrio, por mais tênue que seja, perde-se em qualidade de vida (LEMOS; FALCÃO; COSTA, 2009).

Com este trabalho objetivou - se avaliar a percepção ambiental quanto à poluição visual na principal avenida do município de Rio Verde, GO (Avenida Presidente Vargas), onde ocorre o acesso aos principais centros comerciais de nossa cidade, levando em consideração a situação arquitetônica e urbanística da região objeto da pesquisa, visando ainda propor medidas mitigadoras e sugestões objetivas de enfrentamento.

MATERIAL E MÉTODOS

A coleta de dados foi realizada na Avenida Presidente Vargas através de um questionário com perguntas objetivas. Num primeiro momento foi mostrado aos entrevistados duas fotografias: uma imagem mostrando todos os tipos de publicidade e na outra o mesmo ambiente livre dos anúncios. A escolha dos locais foi devido a dois fatores preponderantes como maior confluência populacional e onde ocorre a maior coincidência de material publicitário. Foram aplicados 90 questionários contendo 17 questões objetivas, entre os dias 14-10 à 18-10, em horários intercalados na Avenida Presidente Vargas.

Para identificação desse material publicitário, que ocupa os espaços públicos utilizou - se a observação e o registro por meio de fotografias.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dos 90 entrevistados 47.8% eram do sexo masculino e 52.2% do sexo feminino sendo que 27.8% tinham cursado o ensino fundamental I (1º ao 5º ano), 25.6% o ensino fundamental 2 (6º ao 9º ano), 25.6% o ensino médio e 21.1% o ensino superior. A faixa etária mais frequente foi a de 30 a 39 anos (24.4%) seguida das de 16 a 24 anos e a de 50 anos ou mais (ambas com 22,2%); de 40 a 49 anos com frequência de 20% por último a faixa etária de 25 à 29 anos com 11,1% de frequência.

Com relação à renda familiar a maior parte dos entrevistados (43,3%) respondeu receber até 2 (dois) salários mínimos; 36,7% declararam que a renda familiar é de 2 até 5 salários mínimos e 20% que a renda recebida é de mais de 5 salários mínimos.

Tabela 1 - Poluição mais grave no município de Rio Verde, GO de acordo com os entrevistados

Poluição mais grave na Avenida Presidente Vargas	Frequência	%
Poluição do Ar	10	11.1
Poluição de Água	14	15.6
Poluição Sonora	21	23.3
Poluição Visual	15	16.7
NS/NOP	30	33.3
Total	90	100.0

Vargas e Mendes (2002) observaram que o desenvolvimento da comunicação humana segue uma linha relativamente simples: sons, gritos e eventualmente discursos, nesta última parte os símbolos deram formas visuais ao discurso que por sua vez transformaram-se em uma linguagem escrita, como fica evidenciado nos dados apresentados na tabela 1 por ser a segunda maior porcentagem dentro da opinião dos entrevistados com 23,3%, e poluição visual com 16,7%. Não souberam ou não opinaram representam a maior taxa de porcentagem com 33,3%.

A maioria dos entrevistados considera lixo e sujeiras nas ruas e excesso de propagandas, como os maiores causadores da poluição visual ambos com 11,1% das opiniões (Tabela 2), o que está relacionado com Paranaguá et. al (2003) *apud* Carvalho et al. (2013) que cita que na grande Belém como outras grandes cidades brasileiras o excesso irregular de propagandas, placas fora do padrão, barracas de camelôs e outros elementos, favorece ao aumento do estresse visual ao cidadão. Não souberam e não opinaram corresponde a maior frequência com 14,4%.

Tabela 2 - Componentes da poluição visual

O que é poluição visual?	Frequência	%
Pichações/ muros pichados	4	4.4
Cartazes colados em postes, muros	6	6.7
Placas	4	4.4
Lixo/ sujeira nas ruas	10	11.1
Faixas nas ruas	2	2.2
<i>Outdoors</i>	4	4.4
Excesso de propagandas	10	11.1
Propaganda política/ eleitoral	5	5.6
Panfletos nas ruas/ no chão	3	3.3
Poluição do ar	1	1.1
Poluição causada por automóveis/ motos	5	5.6
Esgoto a céu aberto	4	4.4
Fiações elétricas com rabiolas/ fitilhos/ pipas	2	2.2
Buracos nas ruas e calçadas	4	4.4
Propagandas em muros	1	1.1
Cortiços/ casas inacabadas	3	3.3
Tudo o que atrapalha a visão/ aspecto visual	3	3.3
Irritação nos olhos	1	1.1
Propagandas de supermercado/ imobiliária no farol	1	1.1
Painéis	1	1.1
Letreiros/ luminosos	3	3.3
Bandeiras com temas da Copa do Mundo	0	0
Cenas de pornografia	0	0
Não sabe/ Não opinou	13	14.4
Total	90	100.0

A pesquisa de Lemos, Falcão e Costa (2009) buscou levantar através de um questionário que refletisse a opinião da população de forma clara e objetiva em relação ao nível de poluição da cidade de Juiz de Fora, o que foi uma das questões levantadas nesse trabalho. A maior parte dos entrevistados considerou que a na Avenida Presidente Vargas é pouco poluída (Tabela 3).

Tabela 3 - Nível de poluição visual no município de Rio Verde, GO

Nível de poluição visual na Avenida Presidente Vargas	Frequência	%
É muito Poluída	31	34.4
É pouco Poluída	35	38.9
Não é Poluída	24	26.7
Total	90	100.0

De acordo com as entrevistas a prefeitura é a maior responsável pela poluição visual na cidade (30,0%) por não manterem uma fiscalização contínua e eficaz nos anunciantes (Tabela 4). Em terceiro lugar vem a população como responsável por não averiguar a legalidade desses anunciantes e não souberam ou não opinaram ficaram com 35,6% dos entrevistados

Tabela 4 - Maiores responsáveis pela poluição visual no município de Rio Verde, GO

Maior responsável pela poluição visual na Avenida Presidente Vargas	Frequência	%
Prefeitura	27	30.0
População	20	22.2
Empresa de publicidade	13	14.4
NS/NOP	32	35.6
Total	90	100.0

A tabela 5 aponta que de acordo com a opinião popular, *outdoors* corresponde a 20,0% dos entrevistados e fachadas responsáveis a 15,6%. Esses dados podem ser justificados como os mais mencionados, de acordo com Maskulka (1999), *apud* Vargas e Mendes (2002) que aponta as mídias externas, como os meios de comunicação do século 21, por trazer as mensagens fixadas nas marcas e produtos, tornando essas mídias a linguagem do consumidor.

Tabela 5 - Elementos mais poluidores de acordo com os entrevistados

Elementos que mais poluem visualmente a Avenida Presidente Vargas (até três opções)	Frequência	%
Pichações	7	7.8
Fiação Elétrica	12	13.3
Faixas e placas	9	10.0
Muro	7	7.8
Ônibus	8	8.9
<i>Outdoors</i>	18	20.0
Fachada	14	15.6
Letreiro luminoso	10	11.1
Empena (parede)	6	6.7
Painel Digital	3	3.3
Nenhuma destas	4	4.4
Não sabe/ Não opinou	27	30.0
Total	90	100

A tabela 6 evidencia qual das mídias são as mais percebidas pelos entrevistados, *outdoors* foram considerados os mais visualizados com 23,3% das opiniões, muros com 20,0% e os painéis digitais com 14,4%. Gentil (2006) destaca que há um certo esquecimento do conceito de poluição visual quanto a proliferação indiscriminada de *outdoors*, cartazes, e as outras formas diversas, e Campos (2006) cita que essa proliferação ocorre de decorrência da falta de planejamento adequado e ponderamento de bom senso, que estão criando situações de poluição insustentáveis.

Tabela 6- Visualização das peças publicitárias de acordo com os entrevistados

Opinião sobre peças publicitárias “Visualização”	Frequência	%
Painel Digital	13	14.4
Muros	18	20.0
Empena	11	12.2
Faixas e Placas	12	13.3
Outdoor	21	23.3
Peças de Comércio	15	16.7
Total	90	100.0

Sobre a frequência das peças publicitárias visualizadas, 23.3% têm sua atenção voltada para *outdoors* dividindo opiniões com se gosta ou não de publicidade em *outdoors* 17.7% e em segundo painel digital e muros 17.7% (Tabela 6).

A tabela 7 mostra os dados de rejeição da população referente às peças publicitárias e evidencia que painéis digitais e muros são as mais rejeitadas com 18,9% dos entrevistados, em seguida, *outdoors* são as terceiras peças mais lembradas negativamente com 17,8% das opiniões. Gentil (2006) ressalta que a população se sente inibida para reclamar desses exageros quando a publicidade advém de uma propriedade privada, porque entende que o patrimônio alheio, no caso os estabelecimentos comerciais, não demonstram compromisso com a suavização da paisagem, causando a poluição visual e ferindo de reclamar.

Tabela 7 - Rejeição das peças publicitárias de acordo com os entrevistados

Opinião sobre peças publicitárias “Não gosta”	Frequência	%
Painel Digital	17	18.9
Muro	17	18.9
Empena	14	15.6
Faixas e Placas	11	12.2
Outdoor	16	17.8
Peças de Comércio	15	16.7
Total	90	100.0

A tabela 8 refere-se à opinião dos entrevistados sobre a legalidade das peças publicitárias implantadas na cidade, onde 40,0% dos entrevistados não souberam ou não opinaram, 34,4% acharam que as peças são ilegais e 25,6% acharam que as peças são legais perante a lei.

Tabela 8 - Opinião dos entrevistados referente à legalidade das peças publicitárias

Opinião sobre peças publicitárias “Legalidade”	Frequência	%
Ilegal	31	34.4
Legal	23	25.6
NS/NOP	36	40.0
Total	90	100.0

A falta de informação e cultura levaram os indivíduos a ficarem confusos sobre o questionário aplicado, já que a poluição visual e suas consequências não é um assunto comum entre a população geral que, na grande maioria, não discernirem sobre as diferenças entre os meios de comunicação.

CONCLUSÕES

Conclui-se a partir dos resultados obtidos, que a população entrevistada possui percepção quanto à poluição visual; porém o assunto não é comum entre os entrevistados, o que causou confusão para responderem o questionário aplicado

Dessa forma, sugere-se a realização de uma campanha educativa voltada ao assunto, tanto para a população quanto para os empresários, e que o código de postura já existente no município seja efetivamente cumprido por todos.

REFERÊNCIAS

ANTACLI, B. M. B. **Aspectos jurídicos da poluição visual**. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://oatd.org/oatd/record?record=oai%5C:biblio.pucsp.br%5C:2820>>. Acessado em: 25/08/2013.

CAMPOS, W. S. S. **Poluição Visual Segundo Direito Brasileiro**. 2006. 126f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Católica de Santos, Santos, 2006.

CARVALHO, I. R.; LADEIRA, D.S.; RIBEIRO, E.C.; GOMES, G. M. L.; LOUZADO, A.F. **Análise da poluição visual: estudo de caso das ruas João Alfredo e Santo Antônio de Belém do Pará**. Ecoterra Brasil. Disponível em: <<http://www.ecoterrabrasil.com.br/home/index.php?pg=temas&tipo=temas&cd=528>>. Acesso em: 25/08/2013.

CECCHIN, H. F. G; TEIXEIRA, I. A Poluição Visual e seus Impactos no Espaço Urbano: um Estudo de Caso em Palmas-TO. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35, 2012. Fortaleza/CE. **Trabalho...** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2009. Disponível <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-2295-1.pdf>>. Acesso em: 15/08/13.

FERRETTO, L. H. **Poluição Visual Urbana: breve análise sobre a interferência da publicidade e a qualidade visual da Avenida Venâncio Aires**. 2007. 49f. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

GENTIL, P. A. B. **Poluição visual é crime**. Associação Nacional dos Membros do Ministério Público. Disponível em: <<http://www.conamp.org.br/Lists/artigos/DispForm.aspx?ID=172>>. Acesso em: 28/08/2013.

GUIMARÃES, G. M. A. **Agronegócio, desenvolvimento e sustentabilidade: um estudo de caso em Rio Verde – GO**. 2010. 173f. Tese (Doutorado em Ciências Ambientais) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2010.

LEMOS, B; FALCÃO, L; COSTA, M. **Poluição visual: as chagas da paisagem urbana de Juiz de Fora**. Juiz de Fora, p.11-21, 2009. Disponível em: <http://www.cesjf.br/revistas/cesrevista/edicoes/2009/ARQ2009_poluicao_visual.pdf>. Acesso em: 08/10/13.

LOYOLA, M. M. **Poluição visual em Goiânia**. 2008 Disponível em:
<http://www.mp.go.gov.br/portalweb/hp/9/docs/artigo_-_poluicao_visual.pdf>. Acesso em: 05/10/13.

PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO VERDE. **A Cidade**. Disponível em:
<<http://www.rioverde.go.gov.br/i.php?si=aci&id=3>> Acesso em: 25/08/13.

VARGAS, H. C; MENDES, C. F. Poluição visual e paisagem urbana: quem lucra com o caos? **Vitruvius**, São Paulo, v. 20, n. 6, jan. 2002. Disponível em:
<<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/02.020/816>> Acesso em: 07/09/13.

VIEIRA, A. **Grave Poluição Visual de Imperatriz**. 2010. Disponível em:
<<http://antonyvieira.blogspot.com.br/2010/12/grave-poluicao-visual-de-imperatriz.html>> Acesso em: 23/09/13.