

JORNAL: A Tarde

CAD: 1º

Assunto:

DATA: 28/02/74

PAG: 5

*fonte e visual*  
*meio ambiente*  
*poluição visual*

43

SMCS

Secretaria de Comunicação Soc

PREFEITURA  
DE SALVADOR  
TRABALHANDO PARA VOCE

# Apelos publicitários deturpam e deterioram visual da cidade

José Lago Júnior

Quem chega a Salvador pelo acesso rodoviário norte (BR-324) da logo de cara com uma superposição de outdoors (o que é proibido por lei municipal), um exemplo gritante da poluição visual que infesta a cidade. O espaço urbano da primeira capital brasileira é utilizado de forma desordenada pelos meios publicitários, desde uma simples plaqueta de anúncio de cópias de chaves, as centenas de faixas espalhadas em arvôres e postes, ou mesmo aos inovadores back-light (imensos painéis iluminados), nem sempre instalados em locais apropriados. Nenhum espaço escapa à ação dos anunciantes, sejam janelas residenciais, fachadas laterais e marquises dos prédios, comerciais ou não.

Prática bastante comum na cidade, os sinais de trânsito costumam ser encobertos (ou parcialmente) por placas de anúncios, os mais variados possíveis. Na Baixa dos Sapateiros, para citar apenas um exemplo, a placa que indica uma sinaleira (no cruzamento de um shopping center, e a Ladeira de Santana), está praticamente escondida aos olhos de motoristas menos atentos. Aliás, a Baixa dos Sapateiros é tão pródiga em exposição desordenada de anúncios e painéis publicitários que é comum o cliente entrar em um estabelecimento e não saber ao certo o nome da loja.

## "PALITEIROS"

Espalhados, sobretudo, ao longo da Avenida Sete, eles empunham placas de anúncios de "compra e venda de ouro", e são conhecidos por "paliteiros". Além de sujar visualmente o centro da cidade, eles atrapalham o trânsito de pedestres nos passeios. Como não são cadastrados ou mesmo



O excesso de cartazes da a paisagem urbana um aspecto confuso e agride o visual de Salvador

têm permissão legal para esta atividade. "os paliteiros" tratam de se recolher assim que aparecem as equipes de fiscalização da Sucom.

No centro da cidade, um dos locais mais poluídos visualmente é a Rua Carlos Gomes. Seus prédios antigos estão com as marquises e laterais infestadas de anúncios, placas e luminárias de tamanhos e formas variadas, proporcionando um efeito visual de mau gosto. O Edif. Maestro Carlos Gomes (nº 629), tem a fachada quase que totalmente tomada pelos engenhos publicitários. Também a Rua Chile se enquadra na mesma situação. No Edif. Antônio Ferreira (nº 5), o exagero comporta várias placas do mesmo anunciante, e sobre sua marquise

uma luminária está improvisadamente instalada, apoiada por arranjos de madeira, que misturada à fiação pode provocar um acidente.

## CORREDORES DE TRAFEGO

Mas são os movimentados corredores de tráfego os preferidos pelos pequenos e grandes anunciantes, justamente locais que exigem maior atenção dos motoristas. A Avenida Vasco da Gama é citada pela Sucom como um dos pontos críticos. Mas locais como a Avenida Manoel Dias da Silva e o Vale do Bonocô também estão poluídos visualmente, e os anúncios expostos nem sempre estão de acordo com a legislação vigente. Na entrada

do Bonocô (via Acesso Norte/Iguatemi) cinco outdoors se sobrepõem distanciados por menos de 50 metros, embora a lei determine uma distância mínima de 100 metros para cada grupo de três outdoors.

A Avenida Garibaldi também é premiada. Local de grande fluxo de consumidores de alto poder aquisitivo, ao longo de suas vias, pelo menos duas dúzias de outdoors se fazem presentes (dos mais de mil espalhados pela cidade), tirando o charme daquela avenida de vale. A Sucom garante que a colocação de outdoors é "extremamente controlada", mas sem dúvida a exposição de muitos destes engenhos publicitários em uma só avenida descaracteriza sua concepção urbanística.