

PMS	FMLF	GERIN
BIBLIOTECA		
Jornal	Gazeta Mercantil	
Data	23, 24/12/99	
Caderno	3	
Seção		
Assunto: meio ambiente Poluição Visual		

Prefeitura regulamenta a propaganda na cidade

Secretário do Planejamento garante que a maior parte das peças expostas em Salvador é irregular

Adriano Villela, de Salvador
Especial para a Gazeta da Bahia

A maior parte dos anúncios publicitários expostos em Salvador está irregular. A informação é do secretário do Planejamento do município, Manoel Lorenzo, que vem preparando uma proposta de regulamentação para o setor. O secretário já tem pronta uma minuta do projeto, mas o prefeito Antônio Imbassahy deverá ouvir a Procuradoria Geral do Município antes de finalizar o projeto e transformá-lo em decreto.

A minuta, com 126 artigos, foi precedida por um estudo do arquiteto Antônio Carlos Salles. Na opinião de Manoel Lorenzo, esses equipamentos vêm sendo espalhados pela cidade sem qualquer controle por parte da prefeitura. Ele conta que no estudo de Salles foram encontrados 28 out-doors autorizados pela prefeitura, mas localizados em canteiros de avenidas, o que é proibido pela legislação atual.

"A sorte é que os out-doors são instalados por permissão, e não por concessão pública, senão a prefeitura teria que indenizar as empresas antes da retirada", explica ele. Lorenzo acredita que a cidade vem enfrentando outro tipo de poluição visual: o número crescente de letreiros indicativos.

"Há um número muito grande deles, com uma distância pequena entre um e outro, o que confunde as pessoas, inclusive dificultando a identificação das placas de sinalização da cidade.

MOLDURA

Ainda no terreno das irregularidades, Lorenzo conta que frequentemente as placas mistas - em que anunciantes pequenos se aliam aos grandes - que financiam a instalação dos equipamentos - aparecem com o patrocinador ocupando um espaço maior que o do anunciante de fato. Por exemplo: peças publicitárias de bares com placas de uma fonte patrocinadora como uma marca de refrigerante ou cerveja, que aparece mais de que o estabelecimento comercial. A lei determina o contrário.

Com as novas regras, os out-doors terão que ter moldura padronizada, de PVC. A Seplan propõe ainda que qualquer anúncio só poderá ser veiculado se respeitar as regras gra-



FOTO: JOÃO ALVAREZ

Grande número de placas e anúncios polui visualmente a cidade

maticais. Além de subsidiar o projeto, o estudo de Salles viabilizou a elaboração de um cadastro com todos os engenhos publicitários da cidade, facilitando a fiscalização do cumprimento da nova regulamentação pela Sucom, que treinará pessoal com vistas à aplicação da nova legislação. De acordo com a Seplan, as cidades do Recife e Rio de Janeiro solicitaram cópias da minuta da regulamentação de Salvador.

Se a proposta da secretaria for acolhida na íntegra pelo prefeito, o uso de faixas publicitárias pode voltar a ser permitido pela prefeitura, através de um novo engenho - o porta-faixas. O equipamento poderá exibir até três unidades removíveis, em espaços previamente estabelecidos pelo poder público e desde de que não haja acúmulo de portas-faixas em um mesmo local. Então consideradas as principais causadoras de poluição visual, as faixas foram proibidas por portaria do prefeito Antônio Imbassahy de 1997.

MONUMENTOS

Outro pioneirismo do decreto sugerido pelo secretário de Planejamento é o aproveitamento de espaços públicos exclusivamente para a emissão de mensagens institucionais ou culturais. A preocupação da prefeitura ao normatizar o uso de propriedades estatais foi o de combater o aproveitamento desordenado de monumentos históricos e culturais. O coordenador do trabalho de pesquisa que embasou o projeto, Antô-

nio Carlos Salles, constatou que os agentes que mais contribuem para a degradação de prédios históricos são os setores ligados à produção cultural.

Antes de anunciar em um local público, o interessado terá que ter autorização da Sucom e passar por licitação. A minuta de regulamentação estabelece ainda que propriedades privadas só poderão ter peças publicitárias com licença da Prefeitura. Antes de concluir o projeto, a secretaria de Planejamento ouviu setores ligados à publicidade, como a associação Brasileira de Agências de Propaganda (Capítulo Bahia), a Central de Out-Door, e aos anunciantes, como a Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL).

O presidente da CDL, Elfrío Issa, não quis manifestar uma opinião aprofundada sobre a regulamentação do uso de peças publicitárias antes da sua publicação, mas se mostrou preocupado com os custos, a partir das mudanças dos engenhos para o formato designado pela nova legislação. "De vez em quando a prefeitura volta a falar em regulamentar o setor. Parece uma febre", criticou.

"O representante do CDL não levantou essa questão nas reuniões", respondeu Lorenzo. Nos últimos anos, aconteceram duas regulamentações, em 1988 e em 91. "Como a maioria desses engenhos são clandestinos, eles nem podem reclamar de ter que fazer mudanças", completa. Lorenzo afirma ainda que haverá um prazo para adequação à nova legislação. ■