ORIGINAL ANEXO AO
PROC. N.º 158/10
EM 21/5/10

Senhor Presidente

Senhores Vereadores

Outdoors, placas, faixas, busdoors (publicidades em ônibus) fazem parte do dia-a-dia da população. Afinal, com a competitividade do mercado cada dia maior, as empresas buscam conquistar sua clientela por meio dessas mídias. Contudo, muitas pessoas acreditam que, devido ao grande número, as propagandas não surtem mais os seus objetivos e geram sim poluição visual.

Esse tipo de mídia pode até apresentar algum tipo de retorno publicitário em curto prazo, mas causa prejuízo à paisagem urbana. Na medida em que o mundo começa a se conscientizar da importância da preservação dos espaços, urbanos ou não, esse tipo de propaganda está se tornando antipática e a tendência é funcionar de forma negativa,

aponta o arquiteto e urbanista Marcelo Campos.

Assim, para ele, poluição visual é o excesso de informações sem critérios que não permite às pessoas receber adequadamente as informações que se busca transmitir.

O bombardeio de cores e informações gera um cansaço e um estresse que às vezes o cidadão não nota. Além disso, distrai a atenção no trânsito, o que aumenta o risco de acidentes. A paisagem é encoberta e, aos poucos, os signos culturais e naturais da cidade vão sendo substituídos pela publicidade. A cidade perde sua identidade.

A saúde psíquica das pessoas em geral guarda alguma relação com a ordenação da paisagem urbana, reflexo da harmonia ou desarmonia visual. Deve-se buscar amenizar a carga neurótica da vida cotidiana, pois a poluição visual não é somente estética, havendo reflexos, como já se disse, na segurança no trânsito, no bem-estar da população. Portanto, faz-se necessário que sejam fixados padrões técnicos e legais de aceitabilidade. Embora seja parte importante das cidades, elas não podem ter como função preponderante o comércio, devendo-se priorizar o bem-estar dos seus habitantes e visitantes, mantendo-se a cidade econômica e ambientalmente sustentável.

Entendemos que esses aspectos negativos se acentuam ainda mais em se tratando de espaços públicos, como praças, escolas, creches e outros locais em que o excesso de informação deve ser evitado para não haver essa impressão de caos e confusão.

Assim sendo, na certeza de poder contar com a melhor das acolhidas por parte dos Nobres Colegas,

Submeto à apreciação do E. Plenário o seguinte:

**PROJETO DE LEI N.º 109/10**

**DOCUMENTO N.º 1066/10**

Proíbe a veiculação de qualquer tipo de propaganda por meio de placas, cartazes, faixas, outdoors e assemelhados em espaços públicos, como praças, estabelecimentos de ensino e creches e dá outras providências.

**Art. 1.º** - Fica proibida a veiculação de qualquer tipo de propaganda por meio de placas, cartazes, faixas, outdoors e assemelhados em espaços públicos como praças, estabelecimentos de ensino e creches.

**Art. 2.º** - O descumprimento ao disposto na presente Lei implicará na atuação dos infratores e cobrança de multa no valor de R$ 500,00, cobrada em dobro em caso de reincidência.

**Art. 3.º** - O Poder Executivo regulamentará a presente Lei.

**Art. 4.º** - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

**Art. 5.º** - Revogam-se as disposições em contrário.

SALA MARTIM AFONSO DE SOUSA

Em 20 de maio de 2010

JOSÉ SOARES

Tec0354/dh/AD/sg