

SEGURANÇA

O breu avança

Carros com vidros escurecidos já são quase a metade da frota carioca

Fabio Brisolla

Claudio Rossi



A mudança é cada vez mais visível nas concessionárias e nas ruas. Conhecida como insulfilm, a película de proteção de vidros tornou-se um acessório indispensável para uma parcela considerável dos motoristas cariocas. Segundo estimativa da Associação Nacional das Empresas de Películas Protetoras (Anepp), 40% dos automóveis da cidade estão equipados com o item, num total de 650 000 veículos. As vendas de automóveis zero-quilômetro sinalizam que o número tende a crescer. "Oito em cada dez carros já saem da loja com insulfilm", conta Rodrigo Koch, gerente de uma concessionária em Botafogo. É verdade que a película reduz o calor e, em consequência, melhora o desempenho do ar-condicionado. Mas a razão principal para o uso do insulfilm é mesmo a segurança. Com os vidros escurecidos em níveis que chegam a barrar até 80% da luz, quem está do lado de fora não consegue saber quantas pessoas se encontram no carro nem o que elas têm.

O Congresso Nacional discute uma adaptação da lei referente ao assunto. Pela legislação atual, as películas devem manter um mínimo de 75% de visibilidade no pára-brisa, 70% nos vidros laterais dianteiros e 50% nos laterais traseiros e no vidro de trás. Na prática, porém, o filtro mais encontrado reduz para 20% a visibilidade, o que torna o carro um breu para quem o vê. O projeto de lei em debate propõe reduções para até 28% e 15% nessa visibilidade, de acordo com a localização do vidro. "Quase todos os veículos com película estão fora da lei", afirma Guilherme Ribeiro, presidente da Anepp. Apesar da violação evidente, não há punição para os infratores. A polícia carioca não dispõe do

aparelho medidor da luz que traspassa a superfície, chamado luxímetro.

No Brasil, as películas mais usadas vêm, principalmente, dos Estados Unidos e da Coréia do Sul. O nome insulfilm foi adotado pelo revendedor pioneiro em sua comercialização no país, no início da década de 80, e virou sinônimo do produto. Hoje existem dezenas de marcas no mercado, mas sua aplicação ainda divide os especialistas. "A película gera uma falsa sensação de segurança", acredita a psicóloga Maria Salete, da Condu, empresa especializada em treinamento para segurança no trânsito. "O assaltante pode entrar no carro com a vítima e a partir daí ninguém de fora vê mais nada. E há casos em que o bandido atirou por não entender o movimento feito pelo vulto dentro do veículo. Uma regra básica da segurança no trânsito é ver e ser visto."