

Contra a poluição visual

Projeto de lei a ser enviado à Câmara prevê restrições até para propaganda oficial

DEPOIS DE
UM ANO DE
TOLERÂNCIA,
MULTAS PARA
INFRATORES
SERÃO PESADAS

KARLA MENDES

O projeto de lei do novo Plano Diretor de Publicidade, elaborado pela Secretaria de Desenvolvimento Urbano e Habitação, chega à Câmara Legislativa na semana que vem depois de dois anos de discussão entre técnicos do governo e empresas de publicidade. Estão previstas no projeto restrições ao tamanho e aos locais onde poderão ser instaladas as publicidades, nos logradouros públicos, além de multas pesadas para os infratores.

Entre as novidades, proibição para publicidade privada em locais tombados e vias públicas. Propagandas oficiais ou culturais serão permitidas, mas só por pouco tempo e com autorização do GDF e do Instituto de Patrimônio Histórico Nacional. Nas marquises, apenas as da W3 e da W2 Norte e Sul poderão conter publicidade, que será proibida nas superquadras.

As comerciais de entrequadras, que hoje espalham painéis de publicidade até nas calçadas, ficarão mais limpas. Nas fachadas, só poderão ocupar 25% do espaço. E nada de painéis acima dos prédios. A propaganda vertical, feita em pirulitos ou tótems, vai ser única por prédio.

Quem desrespeitar as normas terá de pagar multas, que



NOVO plano prevê proibição para publicidade privada em locais tombados e vias públicas

vão de R\$ 100 a R\$ 600. Mas o valor poderá ser multiplicado até nove vezes, dependendo do tamanho da propaganda. O projeto de lei prevê um período de tolerância de um ano para comerciantes, publicita-

rios e o governo se adaptarem.

De acordo com a secretária de Desenvolvimento Urbano e Habitação, Ivelise Longhi, as novas regras poderão ainda ser modificadas. "Fizemos um trabalho em parceria com as

empresas e publicitários, mas ainda estamos abertos a sugestões", afirma. O Plano Diretor de Publicidade, segundo a secretária, vai organizar melhor a propaganda exterior no Distrito Federal. "A mídia é

muito importante, mas precisa respeitar a paisagem urbana da cidade", avalia.

Ontem, ela apresentou o projeto de lei a profissionais de publicidade no I Fórum de Mídia Exterior do Distrito Federal, promovido pela Associação de Empresas de Propaganda ao Ar Livre (Epal). "O Plano Diretor vai beneficiar quem anuncia", garante. "Estamos modernizando a legislação anterior, que não acompanhou todas as inovações tecnológicas".

Atualmente, existem no DF 35 empresas de mídia exterior que faturam mensalmente cerca de R\$ 35 milhões. O presidente da Epal, João Castanho Godói, acredita que as novas regras do Plano Diretor não vão atrapalhar o setor. "Superamos o temor inicial porque conseguimos entrar em concordância com o governo", explica. "Mas tudo vai depender de uma regulamentação posterior adequada." As únicas restrições que ele faz ao projeto são a distância de 300 metros entre outdoors e painéis e a redução do espaço publicitário nos pirulitos instalados nas comerciais.

O arquiteto Carlos Magalhães, coordenador do Conselho de Preservação do Patrimônio, diz temer apenas que o projeto seja modificado pelos deputados distritais e vire uma lei permissiva. "A poluição visual é um grande problema para Brasília", avalia. Na opinião do arquiteto, o governo deve ser mais duro para evitar o desvirtuamento da paisagem urbanística da cidade, que é tombada como patrimônio mundial. "Na L2 existem painéis que já foram até proibidos na Justiça", alerta.



Regras rígidas

Não cumprimento das determinações será punido com multas

- ▶ Comércio de entrequadras - deverão sair as placas das calçadas, a publicidade vertical deverá ser única para todas as lojas (ex: um tótem ou pirulito para todas as placas, que vão diminuir de tamanho) e a vertical deverá ser paralela à fachada e ocupar 25% do espaço.
- ▶ Zona Cívico-administrativa - em prédios públicos ou em locais como a Praça dos Três Poderes somente poderão ser instaladas propagandas culturais ou oficiais, de curta duração.
- ▶ Vias públicas - será permitido a instalação de um meio de propaganda (outdoor, placas, painéis, etc.) a cada 300 metros. Ou de dois meios de propaganda dispostos em conjunto, a cada lado da via, com uma distância de 600 metros.
- ▶ Residências - a propaganda deve ser paralela a muros e cercas, sem iluminação e medir no máximo um metro quadrado.
- ▶ Canteiro de obras - a publicidade em tapume só pode ocupar 25% de sua superfície externa. Em obras de interesse público podem ocupar 100%, com a permissão da administração pública.
- ▶ Estandes de vendas - a propaganda pode estar a uma distância máxima de 15 metros e não pode ser iluminada.
- ▶ Faixas - nas áreas públicas, em 300 metros de distância só poderão ter cinco faixas de até três metros. Em área privada, deve ser paralela à fachada, dentro dos limites do lote ou projeção.
- ▶ Proibições - a lista é vasta. A propaganda não poderá referir-se de forma desrespeitosa a pessoas, instituições, crenças ou profissões. Também não poderão ser afixadas em árvores, arbustos, balões, na área tombada, nas áreas verdes das superquadras do Plano Piloto ou Sudoeste, canteiros centrais das vias públicas, próximas a meios-fios, entre outras vedações.
- ▶ Multas - variam entre R\$ 100 a R\$ 600. A multa é calculada multiplicando-se em até nove vezes por um índice chamado K, que varia de acordo com o tamanho do veículo de publicidade. Ex: um painel de mais de 45 metros poderá ter a multa multiplicada por 9.

FRANCISCO STUBCKERT

DF-Brasília
032
Reportagem 0032

JORNAL DE BRASÍLIA 23 AGO 2000