

Poluição visual domina a cidade

Enquanto a bagunça toma conta das ruas, Plano Diretor de Publicidade espera há seis meses pela regulamentação

SÉRGIO PARDELLAS

Enquanto a poluição visual se perpetua na cidade, ao sabor dos interesses dos proprietários de painéis de propaganda, o Plano Diretor de Publicidade do DF corre o risco de não ser regulamentado este ano. Aprovado em novembro de 2002 na Câmara Legislativa, a lei que fixa critérios para a colocação de cartazes, *outdoors*, telões e outros meios de propaganda nas ruas está sendo analisada há mais de seis meses pelo Conselho de Gestão da Área de Preservação de Brasília (Conprev), órgão que reúne 16 representantes do governo e da sociedade civil.

Tombada como patrimônio histórico da humanidade, Brasília se tornou um "mostruário de *outdoors*". Segundo especialistas, com o aumento acentuado de propagandas irregulares nas ruas a escala bucólica e a beleza urbanística da cidade estão cada vez mais ameaçadas. A própria Associação de Empresas de Publicidade ao Ar Livre admite que pelo menos 40% dos anúncios instalados em terrenos públicos no DF não possuem registro legal.

O conselho, depois de analisar o assunto durante todo o primeiro semestre, decidiu propor algumas alterações à proposta original da Secretaria de Desenvolvimento Urbano e Habitação e encaminhou, em julho, um parecer à Procuradoria-Geral do GDF, último passo para a regulamentação. A Procuradoria não concordou com diversas sugestões e, por isso, o parecer retornou, três meses depois, ao Conselho, que por sua vez decidiu recorrer. O impasse não tem data para acabar.

— A comunidade não concordou com o posicionamento da



José Paulo Lacerda/Ag. Pixe.

ESPAÇO Os outdoors são amontoados nas áreas públicas, provocando um efeito ainda pior à imagem da cidade

Procuradoria e coube a mim fazer a contestação. Ainda estou lendo o processo para apresentar o recurso — disse o atual relator do projeto, Sérgio Paganini, representante no Conprev do Conselho Comunitário da Asa Norte.

A lei aprovada no Legislativo fixa normas que ainda não estão sendo cumpridas, como a proibição de *banners* nas laterais dos prédios e anúncios no alto dos edifícios, placas ou luminosos superiores a 25% do tamanho da fachada nos comércios locais e propagandas em áreas residenciais. No Plano Piloto, por exemplo, somente será permitida a colocação de publicidade de porte médio, ficando as grandes e especiais para as

faixas de domínio das vias sob administração do Departamento de Estradas de Rodagem (DER), como por exemplo as estradas-parque. Nas Avenidas L2, L4 (das Nações) e vias de acesso às pontes do Lago Paranoá serão expressamente proibidas a instalação de propaganda em área pública. Mesmo assim, o texto original ainda é alvo de contestações.

Apesar de procurados pela reportagem, nenhum dos conselheiros quis detalhar quais seriam as "substanciais modificações" propostas ao texto original. Mas o *Jornal do Brasil* apurou que um detalhe,

Segundo as empresas, 40% dos anúncios são irregulares

que interessa mais aos comerciantes do que à maioria dos moradores, está impedindo que a proposta se torne realidade. Uma das alterações sugeridas pelo Conselho mas rejeitada pela Procuradoria estabelecia que os *tótems* coletivos dariam preferência às lojas voltadas para o interior das quadras, uma reivindicação do comércio da Asa Norte. A avaliação era de que, no texto original,

os estabelecimentos localizados de frente para as ruas estariam sendo beneficiados. Outra polêmica, gira em torno do prazo e três anos para que a propaganda instalada até a

data de publicação do plano diretor se enquadre às novas regras. Heliete Ribeiro, primeira relatora do Conselho que apontou falhas na lei ainda no mês de abril, sustenta que o prazo pode chegar a seis anos. A conselheira se baseia no artigo 10 que prevê três anos de adequação para quem está instalado mais igual período de tolerância assim que o proprietário receber a licença.

— Na prática ele vai ficar quase uma década. Isso porque quando estiver se esgotando o prazo para quem já está instalado a pessoa vai requerer a licença e pede mais três. É um absurdo — criticou.

Heliete também contesta a distância mínima de 100 metros

permitida entre um *outdoor* e outro.

— A distância é mínima. Para evitar que os *outdoors* fiquem amontoados, deveria ser de 400 metros — argumenta.

Representante do Instituto de Arquitetos do Brasil no DF, arquiteto Sérgio Brandão, integrante do Conprev, também é um crítico da lei que cria o novo Plano Diretor de Publicidade. Para Brandão, a demora para aprovação do projeto no Conselho não é prejudicial à cidade. Pelo contrário.

— Não adianta aprovar um Plano Diretor altamente permissivo. O discurso de que é melhor um plano do que nenhum não reflete a realidade. Essa lei que está aí é a que todo publicitário queria ter — disse, questionado sobre o impasse impedindo a regulamentação do plano.

O secretário de Planejamento Ricardo Penna que já integrou e participou de algumas reuniões do Conselho no início do ano tem uma opinião diferente.

— Acho que o plano já deveria ter sido aprovado. É normal que se façam algumas concessões. Prefiro um plano com algumas divergências do que plano nenhum — rebateu o secretário.

O atual relator no Conselho faz coro e avisa: não vai tolerar pressões para conclusão do recurso.

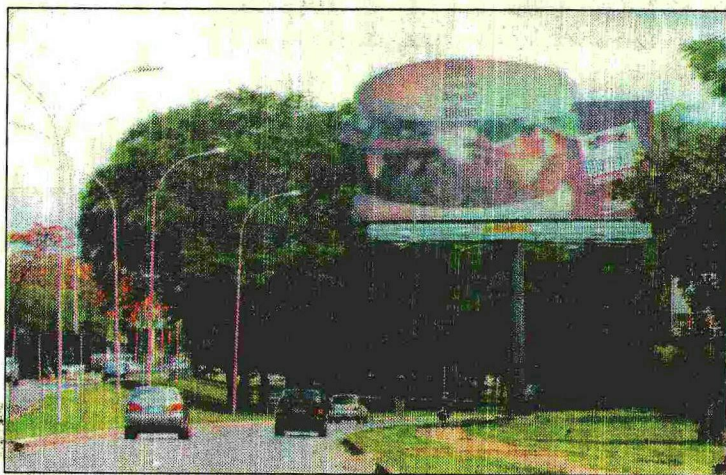
— O plano está sendo discutido há três anos e começou a andar quando veio para o Conselho. Trata-se de uma questão importante, não podemos fazer de forma açodada, no afogadinho. Posso até ser voto vencido mas vou emitir meu parecer com tranqüilidade e de forma consciente.

pardellas@jb.com.br

Lei nasceu sob o signo da divergência

Um mês depois de aprovada a lei do Plano Diretor de Publicidade, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) e o Ministério Público Federal (MPF) tentaram a sua anulação na Justiça. Na primeira quinzena de maio, a relatora no Conselho de Gestão da Área de Preservação de Brasília (Conprev), Heliete Ribeiro, emitiu parecer contrário à regulamentação. O relatório, no entanto, foi rejeitado porque o Conselho considerou que seria melhor propor novas alterações em vez de não proceder a regulamentação.

Foi aprovada, então, a criação de um grupo de trabalho para corrigir as distorções. O grupo sugeriu modificações na própria Lei 3.035 e na regulamentação. No início de julho deste ano, foi aprovada dentro do Conselho parte das modificações, com voto contrário da IAB-DF e da então relatora Heliete Ribeiro, do Conselho Comunitário da Asa Sul. "Votei contra porque os itens que eu gostaria que fossem alterados



EXAGERO À saída da Ponte das Garças, o cartaz invade a pista

não foram levados em consideração" — alegou.

Aprovado, o texto ficou três meses na Procuradoria do DF. No último mês, a Procuradoria se manifestou contestando alterações feitas pelo Conselho que agora vai apresentar um recurso.

O Conprev foi criado no final do ano passado pelo governador Joaquim Roriz para colaborar na preservação do patrimônio urbanístico da cidade, tom-

bada como Patrimônio Cultural da Humanidade. Integram o conselho, além dos secretários de governo ligados às áreas de urbanização e meio-ambiente, representantes de órgãos federais como Iphan, Ibama, da OAB e da sociedade civil organizada, como presidentes de Conselhos Comunitários da Asa Sul e Norte. O Conselho tem poder deliberativo sobre assuntos relacionados ao tombamento cultural de Brasília.



LIBERADO Sem regulamentação, vale tudo nas ruas da cidade

Ivelise evita polêmica

A secretária de Desenvolvimento Urbano e Habitação, Ivelise Longhi, contesta as críticas que são feitas à lei que cria o Plano Diretor de Publicidade do DF. Apesar de admitir que o projeto ainda está longe do ideal, Ivelise pondera que o plano é bastante restritivo e irá acabar com a poluição visual principalmente no Plano Piloto.

— Enquanto legisladores temos que encontrar o ponto de equilíbrio. Não é o projeto dos sonhos mas é o possível, que vai atender os in-

teresses da população, do governo e dos empresários — disse.

Sobre o impasse que impede a regulamentação, a secretária, como integrante do Conselho de Gestão da Preservação da Área Tombada (Conprev), evitou polemizar.

— Temos que respeitar a posição de todos os conselheiros. O que eu posso dizer é que a secretaria está tomando todas as medidas necessárias para que a lei seja regulamentada o mais rápido possível.

AS POLÊMICAS

Questões ainda sem solução

O QUE A LEI PROÍBE

- *Banners* na lateral dos prédios.
- Anúncios nos comércios locais superiores a 25% do tamanho da fachada.
- Publicidade em área pública, exceto por interesse público.
- Anúncios acima dos edifícios
- Painéis luminosos na L-2, onde será permitido apenas um anúncio em cada lote que não seja público.
- Propagandas em áreas residenciais (com exceções).
- Publicidade nos eixos Monumental e Rodoviário.

O QUE É CONTESTADO

- Permissão de instalação de publicidade em lotes com construção em andamento.
- Distância mínima de 100 metros entre dois *outdoors*.
- Prazo de três anos para que a propaganda instalada até a publicação do Plano Diretor siga as novas regras.