

Plano sem prazo para aprovação

A polêmica sobre o Plano Diretor de Publicidade começou em 2002. Um mês depois da aprovação da lei, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) e o Ministério Público Federal (MPF) acionaram a Justiça para anular o projeto. Em abril, a relatora do caso no Conselho de Gestão da Área Preservada de Brasília, Heliete Ribeiro, também apontou falhas na lei.

O parecer motivou a formação de um grupo de trabalho no

Conselho para corrigir os problemas. A fixação do prazo de três anos para a retirada de anúncios instalados antes da aprovação da lei é a principal crítica dos conselheiros. Eles sugerem a criação de um projeto de lei que modifica o prazo de ajuste às novas regras para um ano. A proposta será enviada à Câmara Legislativa, para que seja discutida e votada.

O Conselho também quer mudar a distância mínima entre um *outdoor* e outro de 100m pa-

ra 200m. Outra sugestão é a limitação de propagandas nas quadras comerciais. Os conselheiros propõem a instalação de um totem por bloco para fixação das placas somente das lojas que ficam atrás dos blocos. Os comércios virados para a rua perderiam sua publicidade.

As propostas do Conselho estão sendo analisadas pela Procuradoria do Distrito Federal. "Temos que saber, por exemplo, se é legal limitar a propaganda para as lojas, dependendo de sua

localização", pondera a secretária de Desenvolvimento Urbano e Habitação, Ivelise Longhi.

A secretária ressalta que o governo tem interesse de colocar em lei em vigor o mais rápido possível, mas não há como estipular prazo. Ela explica que os resultados da análise dos advogados do governo serão levados ao conhecimento do Conselho de Preservação de Brasília. Ivelise defende o plano e rebate as críticas alegando que "não há como agradar a todos".