

URBANISMO

D.F. Brasília

Para o Iphan e a administração regional, a demora na regulamentação do Plano Diretor de Publicidade dificulta a fiscalização e permite a proliferação de outdoors na área tombada

Agressões a Brasília se espalham

DARSE JÚNIOR

DA EQUIPE DO CORREIO

A falta de regulamentação do Plano Diretor de Publicidade tem facilitado as freqüentes agressões a dois dos maiores patrimônios da cidade: a visão do céu e o horizonte. Quem passou no início do Eixo Rodoviário na tarde de ontem testemunhou novos ataques à área tombada. Um guindaste erguia duas estruturas de ferro prontas para receber propagandas nas margens dos Eixão e eixinhos Sul.

Só ontem, cinco armações de *frontlights* foram instaladas no Plano Piloto, com autorização da Justiça. O juiz da 1ª Vara da Fazenda Pública, Walter Muniz de Sousa, determinou que a Administração Regional de Brasília autorizasse o proprietário da Imobiliária CasaPark, Cláudio Marcos de Castro, a instalar 18 peças publicitárias na área central da capital. Para conquistar o direito, o empresário alegou o tratamento igualitário. Ele mostrava, por meio de fotografias, a presença de 77 *outdoors* na mesma região.

De acordo com o administrador de Brasília, Clayton Aguiar, a falta de regulamentação tem atrapalhado a fiscalização. "Aguardamos a norma com ansiedade. Só assim poderemos definir precisamente como agir." Ele garante que desde que assumiu a administração, em janeiro de 2003, não autorizou a instalação de nenhuma propaganda em área pública por iniciativa própria. "Pelo contrário, tiramos 385 peças nesse período." Aguiar não tem uma estimativa de quantas propagandas poluem o horizonte da capital.

O superintendente regional do Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Alfredo Gastal, concorda com o administrador. "A demora abre as portas da cidade para aberrações. Além disso, temos de enfrentar decisões judiciais que prejudicam ainda mais a cidade." Uma das responsáveis pela elaboração do novo Plano Diretor de Publicidade, a diretora de preservação de Brasília da Secretaria de Desenvolvimento Urbano e Habitação, Lídia Botelho, promete agilizar a redação do texto. "O processo já se alongou muito e só a cidade perde."

Daniel Ferreira/CB



CINCO NOVOS *OUTDOORS* FORAM INSTALADOS ONTEM NA ÁREA CENTRAL DE BRASÍLIA, COM A AUTORIZAÇÃO JUDICIAL

O PLANO DE PUBLICIDADE

O que a lei proíbe

Publicidade em toda a área pública — exceção para anúncios de interesse público.

Painéis luminosos na L-2

Banners ao lado dos prédios e anúncios acima dos edifícios

Anúncios nos comércios locais superiores a 25% da fachada

Propagandas em áreas residenciais — exceto as próximas de comércios nos lagos Sul e Norte

Publicidade nos eixos Monumental e Rodoviário

O que foi contestado

O prazo de três anos para que a propaganda instalada até a data de publicação do Plano Diretor se ajuste às regras

A permissão de instalação de publicidade, por tempo indefinido, em lotes com construção em andamento

A fixação de distância mínima de 100 metros entre um outdoor e outro

A falta de clareza ao tratar de vias que compõem o Eixo Rodoviário, como EPTG, EPIA e SIG. Em uma revisão do texto, a regulamentação deverá esclarecer que esses locais fazem parte do Eixo Rodoviário e, por conta disso, não podem ter publicidade nas ruas

O que o Conselho de Preservação propôs

Projeto de lei que modifica o prazo de ajuste às novas regras de três para um ano

A fixação de distância mínima de 200 metros entre um outdoor e outro

Instalação de propagandas em quadras comerciais somente das lojas que ficam atrás dos blocos

O que o novo projeto para a área tombada irá alterar

O prazo para a adequação à nova lei será reduzido

A distância mínima entre um outdoor e outro será aumentado

A área das peças publicitárias será reduzida

ENTENDA O CASO

Novembro de 2002

A Câmara Legislativa aprova as leis 3.035 e 3.036., conhecidas como Plano Diretor de Publicidade.

Abril de 2003

O plano chega ao Congresso para regulamentação. A norma é considerada muito permissiva e os debates sobre a solução para o problema duram aproximadamente um ano e meio. Entre os pontos questionados está o prazo de três anos, prorrogável por igual período, para as empresas se adequarem à norma.

Outubro de 2004

A regulamentação é enviada à Secretaria de Governo para a sanção do governador Joaquim Roriz. Os empresários sugerem que os lagos Norte e Sul sejam separados da área tombada. O pedido é encaminhado à Procuradoria do GDF e aceito.

Novembro de 2004

O relatório é enviado à Seduh. A determinação é para se elaborar duas novas leis — uma para a área tombada e outra para as demais regiões administrativas, na qual estariam incluídos os lagos Norte e Sul.

Dezembro de 2004

Os técnicos da Seduh elaboram dois projetos de lei. A promessa é de encaminhar o texto referente à área tombada para a Câmara Legislativa antes do recesso parlamentar. Não há previsão de quando o texto referente às demais áreas será encaminhado para a apreciação dos distritais.