

O GDF enviará à Câmara Legislativa um novo projeto para a área tombada e outro para as demais regiões, das quais farão parte os lagos Sul e Norte. O primeiro texto estava há dois anos à espera de regulamentação.

Nova lei para o Plano de Publicidade

DARSE JÚNIOR

DA EQUIPE DO CORREIO

Dois anos depois de aprovado pela Câmara Legislativa, o Plano Diretor de Publicidade, que aguardava regulamentação para entrar em vigor, voltou ao início das discussões. O Governo do Distrito Federal (GDF) decidiu elaborar uma nova lei. A demora na definição da norma que ordena a instalação de *outdoors* e *frontlights* no Distrito Federal tem facilitado as agressões ao tombamento da capital federal.

A mudança foi provocada por uma reivindicação do Sindicato das Empresas de Propaganda Exterior (Sepex). A lei original determinava que a mesma regra aplicada à área tombada deveria ser cumprida nos lagos Norte e Sul, mas os empresários pediram à Procuradoria do DF a separação dos bairros nobres. Queriam que as duas regiões fossem incluídas num texto desvinculado, mais flexível. O pedido foi aceito.

A Secretaria de Desenvolvimento Urbano e Habitação (Seduh) ficará responsável por elaborar dois novos projetos de lei — um para a área tombada (Plano Piloto, Sudoeste, Octogonal, Cruzeiro e Candangolândia) e outro para as demais regiões administrativas. A promessa é de levar à Câmara Legislativa o texto que dispõe sobre a instalação de peças publicitárias na área tombada antes do recesso parlamentar. Além da eliminação dos bairros nobres, a nova norma ficará mais rígida. O prazo para a adequação será reduzido e a distâ-

quando o projeto sairá do papel, uma vez que o texto terá de seguir um longo trâmite legal. Depois de aprovado pelos distritais, será encaminhado para a regulamentação do Conselho de Gestão da Área Preservada de Brasília (Cónpresb) e submetido ao parecer da Procuradoria do DF. Só depois, seguirá para o gabinete do governador Joaquim Roriz para a sanção. Todo esse processo durou dois anos no primeiro texto do Plano Diretor de Publicidade, que nem chegou a ser concluído.

Prejuízo

Para o superintendente regional do Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), Alfredo Gastal, a demora é prejudicial à cidade. Integrante do Cónpresb, ele afirma que a falta de regulamentação facilitou o aumento da poluição visual e a agressão ao horizonte da capital. "A cidade virou um caos; as propagandas se proliferam como cogumelos", compara.

Gastal acredita, porém, que a mudança trará benefícios, porque permitirá a inclusão de artigos mais rígidos à norma. "Estou confiante de que a nova lei ajudará a arrumar a casa." Para o presidente do Sepex, Raimundo Liberato, a aprovação de um texto mais severo trará desemprego. "A arrecadação do setor é de R\$ 7 milhões e empregamos, direta e indiretamente, 5,8 mil pessoas. Com a medida, 80% das 28 empresas devem fechar as portas. O prejuízo será incalculável."