

A beleza e o perfume da camomila encantaram a aluna Maria Gabriela Vidal (foto), de 11 anos, que visitou plantação em Vargem Bonita para aprender sobre as plantas medicinais.

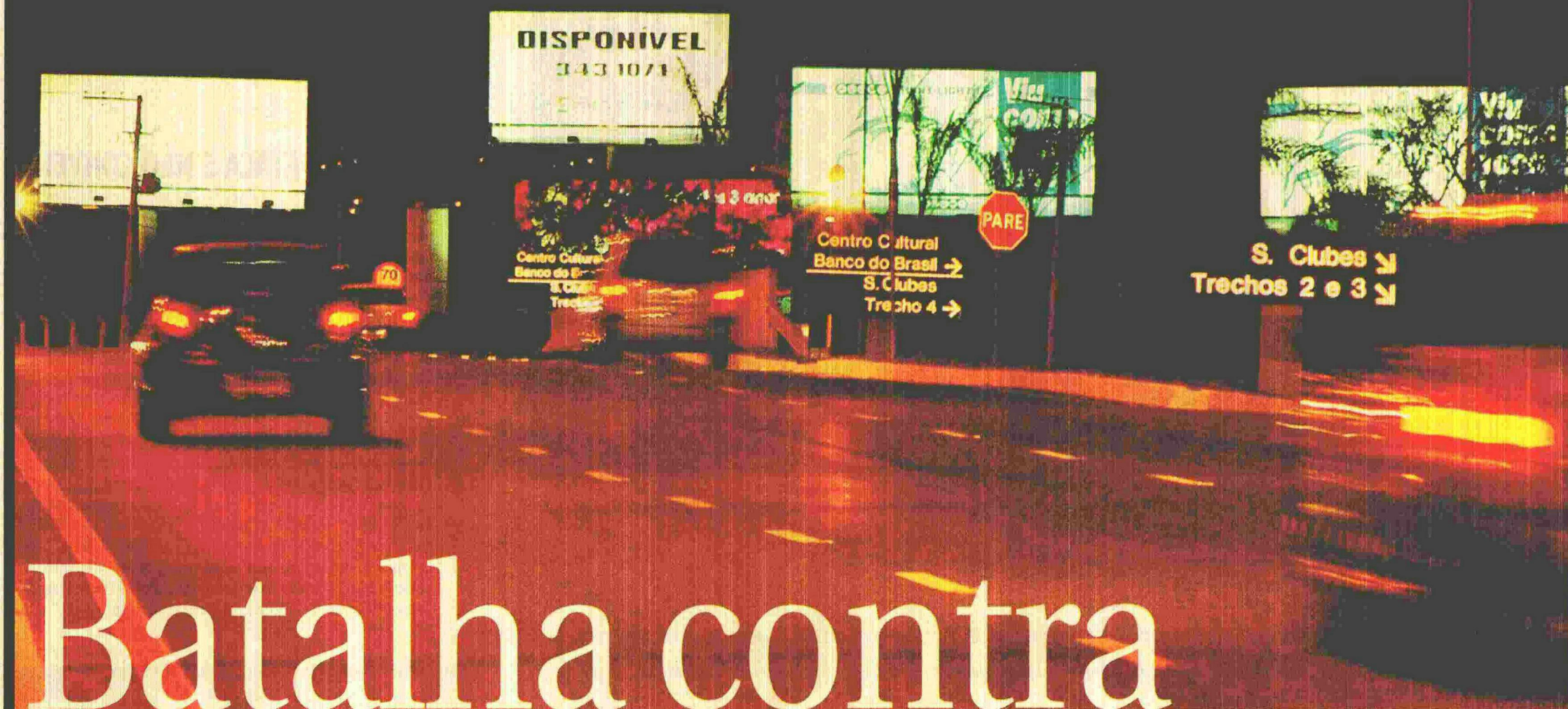
PÁGINA 28

BRASÍLIA, QUARTA-FEIRA, 31 DE AGOSTO DE 2005
 Editora: Samanta Sallum//
 samanta.sallum@correioweb.com.br
 Subeditores: Ana Paixão, Roberto Fonseca,
 Valéria de Velasco e Wilmar Alves
 Coordenadora: Tais Braga//
 tais.braga@correioweb.com.br
 e-mail: cidades@correioweb.com.br
 Tels. 3214-1180 • 3214-1181
 fax: 3214-1185

Carlos Vieira/CB/29.8.05

TOMBAMENTO

Ministério Público e Iphan estudam medidas para apressar a definição do Plano Diretor de Publicidade. Proposta deve ser apresentada ao Conselho de Gestão da Área de Preservação de Brasília em outubro



Batalha contra a poluição visual

NA VIA DE ACESSO À PONTE JK ESTÃO INSTALADOS 57 OUTDOORS

DARSE JÚNIOR
 DA EQUIPE DO CORREIO

A demora na regulamentação do Plano Diretor de Publicidade tem deixado os órgãos envolvidos na preservação de Brasília em sinal de alerta. O Ministério Público do Distrito Federal (MPDF) e o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) estudam medidas para apressar a definição das regras para a instalação de *outdoors*, *frontlights* e outras modalidades de propaganda. Enquanto a lei não fica pronta, as agressões ao tombamento da cidade proliferam.

Só no trecho entre o Memorial JK e a Rodoviária do Plano Piloto existem 54 peças publicitárias às margens do Eixo Monumental. A média é de uma propaganda para cada 55 metros, enquanto a legislação em vigor autoriza no mínimo a cada 100 metros. Na via de ligação entre a Avenida das Nações e a Ponte JK, a situação é ainda pior. São 57 *outdoors* de grande porte em menos de três quilômetros. Em fevereiro deste

ano, o número era de 49, segundo levantamento da Secretaria de Fiscalização. Em seis meses, oito novas peças foram instaladas de maneira irregular.

Desde a aprovação do Plano Diretor de Publicidade na Câmara Legislativa em novembro de 2002, as administrações regionais estão proibidas de conceder novas licenças. Todos os engenhos publicitários instalados recentemente estão fora da lei. É o caso dos painéis erguidos em frente à Concha Acústica, nas proximidades da Universidade de Brasília e um terreno no lado norte do Eixo Monumental, em frente à Torre de TV, onde existem 13 *outdoors*.

Para o superintendente regional do Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), Alfredo Gastal, a falta de regulamentação tem prejudicado a preservação da capital. "No momento certo agiremos em parceria com o Ministério Público. A hora está chegando, não vamos esperar a cidade se transformar num paliteiro", afirma Gastal. Depois de aprovado pelos distritais, o Plano Diretor de

Publicidade foi considerado permissivo (leia quadro ao lado) pelos integrantes do Conselho de Gestão da Área de Preservação de Brasília (Conpresb).

Os conselheiros sugeriram 20 alterações no texto. A relatora do processo e então presidente do Conselho Comunitário da Asa Sul, Heliete Bastos, defendeu a criação de um novo Plano Diretor de Publicidade mais rígido e foi acompanhada pelos conselheiros. "Não podemos entregar a cidade na mão dos publicitários", afirma Heliete. A recomendação foi acatada pelo governo.

"Lei abrangente"

As sugestões seguiram para a Secretaria de Desenvolvimento Urbano e Habitação (Seduh) e, no final do ano passado, o órgão iniciou a elaboração de uma nova lei. O texto, no entanto, ainda não foi concluído. "Estudamos todas as propostas encaminhadas para fazer uma lei abrangente e clara. Não é um trabalho simples", justifica a secretária de Desenvolvimento Urbano e Habitação, Diana Meirelles da Motta.

Apesar de estar em fase de conclusão, os técnicos da Seduh não consultaram o Iphan durante toda a elaboração do projeto. Gastal acredita que uma reunião será agendada para os próximos dias para debater o assunto entre os órgãos distrital e federal. A secretária garante que a proposta será apresentada ao Conpresb em outubro.

Depois da análise no conselho, o projeto seguirá novamente para votação na Câmara Legislativa. A promotora da Ordem Urbanística, Daniela Marques, estuda a possibilidade de convocar representantes do Conpresb, do governo local e da Câmara para juntos assinarem um Termo de Recomendação para apressar a aprovação da proposta.

Ao todo, são mais de seis anos de discussão sem resultados práticos. O debate começou no Conselho Técnico de Preservação de Brasília em 1999. "Brasília demorou três anos para ser construída. Não é possível que uma lei demore o dobro", reclama o pioneiro e integrante do Conpresb, Ernesto Silva, que participou dos

primeiros estudos. Ele acredita que a demora agride ao mercado publicitário. "Está do jeito que eles gostam", destaca.

Liminar

Muitos empresários utilizam terrenos particulares para dificultar a fiscalização. Eles pagam uma taxa para o dono do lote e instalam a propaganda. Como a área é privada, a administração regional depende de uma autorização judicial para corrigir as irregularidades. Outra prática comum é obtenção de liminares que garantam a permanência das propagandas.

Esse foi o caso de 18 *frontlights* que foram erguidos na área central de Brasília, às margens do Eixão e do Eixo Monumental, no final do ano passado. O juiz da 1ª Vara da Fazenda Pública, Walter Muniz de Sousa, determinou que a Administração Regional de Brasília autorizasse as propagandas. "Nesses casos ficamos de mãos atadas", diz o administrador da cidade, Clayton Aguiar. A decisão caiu e as estruturas foram retiradas em fevereiro.

O QUE DIZ A LEI

O Plano Diretor de Publicidade normatiza a instalação de propagandas na área tombada e nos lagos Sul e Norte. O texto foi enviado para o Conpresb em 2003. Os conselheiros consideraram a lei permissiva e propuseram alterações.

É PROIBIDO

Publicidade em toda área pública, exceto para anúncios de interesse coletivo;

Painéis luminosos nas vias L2;

Banners ao lado de prédios e anúncios acima dos edifícios;

Anúncios nos comércios locais superiores a 25% da fachada;

Propagandas em áreas residenciais, exceto nas proximidades de comércios nos lagos Sul e Norte;

Publicidade no Eixão e no Eixo Monumental.

O QUE FOI CONTESTADO PELO CONPRESB

O prazo de três anos para que a propaganda instalada até a data de publicação do Plano Diretor de Publicidade se ajuste às regras. Os conselheiros querem dar um ano para a adequação;

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

A fixação de distância mínima de cem metros entre um *outdoor* e outro. Os conselheiros querem aumentar o espaçamento para 250 metros.

Outdoors derrubados

O prejuízo pela falta de regulamentação do Plano Diretor de Publicidade pôde ser constatado no Pontão do Lago Sul. Dois *outdoors* foram instalados no local por meio de uma liminar concedida a uma empresa pelo juiz-substituto planista do Tribunal de Justiça do DF (TJDF) Jerry Teixeira.

Em segunda instância, o desembargador da 6ª Turma Cível do TJDF Jair Soares derrubou a liminar. A Administração Regional retirou os painéis ontem pela manhã. "Não vamos permitir o loteamento do céu", destaca a administradora do Lago Sul, Natanry Osório.

O presidente do Sindicato das Empresas de Propaganda

Exterior, Raimundo Liberato, reclama da estagnação do mercado diante da falta de liberação dos alvarás para instalação das estruturas. "A expectativa é de que a situação melhore com a aprovação do plano diretor. Estamos parados", diz. Ele afirma que o setor movimentava R\$ 78 milhões e gera oito mil empregos diretos e indiretos. (DJ)

RECLAMAÇÕES

Denúncias sobre propagandas irregulares podem ser feitas pelo telefone 156 (Ouvidoria do DF).

Iano Andrade/CB



FISCAIS DA ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO LAGO SUL DERRUBARAM DOIS PAINÉIS INSTALADOS NO PONTÃO