

OUTDOOR NAS PROXIMIDADES DO VIADUTO DO COLORADO ENCOBRE A PARTE CENTRAL DE BRASÍLIA: PROPAGANDA É PROIBIDA NO EIXO MONUMENTAL, ESPLANADA, EIXÃO, SMU E VILA PLANALTO

# Hora de um controle mais rígido

HELENA MADER

DA EQUIPE DO CORREIO

**A** legislação abre brechas para a farra dos outdoors nas ruas do Distrito Federal. Para os especialistas, a lei que regulamenta a colocação de painéis e peças publicitárias em áreas públicas e privadas é permissiva. O Plano Diretor de Publicidade, aprovado em 2002 e regulamentado no ano passado, autoriza a instalação de outdoors na área tombada. Sem fiscalização, os painéis regulares dividem espaço com outras centenas de placas de publicidade ilegais.

As únicas áreas onde é proibida a colocação de qualquer tipo de anúncio externo são o Eixo Monumental, a Esplanada, o Eixão, a Vila Planalto e o Setor Militar Urbano. Em todas as outras áreas da cidade é permitida a instalação de painéis, desde que respeitada a distância mínima de 100m entre um e outro. Preocupado com o excesso de publicidade, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) cobra mudanças na lei e ações mais efetivas para proteger a área tombada da poluição visual.

O superintendente regional do Iphan, Alfredo Gastal, defende a proibição total de publicidade nas ruas. "A legislação é extremamente fraca e permissiva. Minha proposta para resolver o problema é radical: proibir qualquer forma de publicidade externa na área tombada. Brasília deveria seguir o exemplo de São Paulo para resolver essa farra de outdoors", defende Gastal.

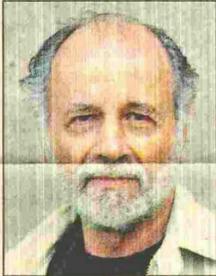
"É preciso ter uma lei específica para o Plano Piloto, as pessoas precisam entender que a cidade é diferente. Além dos outdoors, a colocação de faixas cravadas nos gramados virou rotina", reclama o superintendente do Iphan. Em São Paulo, a Câmara Municipal aprovou uma lei, chamada Cidade Limpa, que determina a retirada de quase todos os outdoors e painéis eletrônicos a partir do primeiro dia de 2007. O prazo para a remoção termina no final do ano. De acordo com a Prefeitura, existem em São Paulo quase 20 mil anúncios, 75% deles irregulares.

## Fachadas ocupadas

Em terrenos vazios, a lei determina que os painéis ocupem no máximo 60% da fachada dos lotes. Para o promotor de Defesa da Ordem Urbanística, Paulo José Leite, o índice de ocupação da fachada dos terrenos deveria ser muito menor. "Encaminhamos um ofício ao governo para pedir um cronograma de ação na retirada de outdoors. É preciso agir rápido porque o excesso de publicidade prejudica até a visão do horizonte na cidade", explica o promotor.

## OPINIÃO DOS ESPECIALISTAS

Wenderson Araújo/CB - 16/10/06



"Há uma tolerância muito grande com essa ação predatória, cujo único objetivo é o lucro de certas empresas. Depois da invasão de áreas públicas da cidade, começaram a invadir até o céu de Brasília"

**José Carlos Coutinho**, professor de arquitetura da UnB e integrante do Conselho de Preservação da Área Tombada (Conpresb)

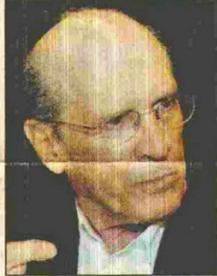
Iano Andrade/CB - 4/9/06



"Os outdoors perturbam a visão e atrapalham o motorista. Antes podíamos observar melhor a cidade, sem a publicidade atrapalhar. A lei é permissiva por causa da força do mercado publicitário, que faz lobby e pressiona o governo"

**Ernesto Silva**, médico pioneiro e integrante do Conpresb

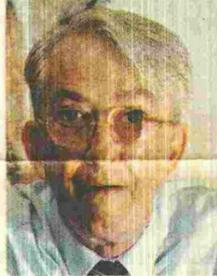
José Varella/CB - 2/12/04



"Quando Lady Di morreu, vi o cortejo percorrer Londres pela televisão. Durante a transmissão, não vi um único anúncio, uma única publicidade na cidade. Isso é civilização, é uma questão cultural. Em Brasília, as propagandas competem entre si e não dá para ler nenhuma"

**Carlos Magalhães**, arquiteto e representante do escritório de Oscar Niemeyer em Brasília

Iano Andrade/CB - 5/10/05



"A legislação sobre publicidade é extremamente fraca e permissiva. Minha proposta para resolver o problema é radical: proibir qualquer forma de propaganda externa na área tombada. Brasília deveria seguir o exemplo de São Paulo para resolver essa farra de outdoors"

**Alfredo Gastal**, superintendente do Iphan-DF

Adauto Cruz/CB - 14/10/04



"O excesso de publicidade atrapalha até a vista da paisagem, do horizonte. Quando sobrevoamos Brasília, fica difícil distinguir as construções, que ficam escondidas em uma floresta de outdoors. Ninguém respeita a distância de 100m entre um painel e outro"

**Paulo José Leite**, promotor de Justiça de Defesa da Ordem Urbanística

## O QUE DIZ A LEI

O Plano Diretor de Publicidade (Lei 3.035, de 2002) foi regulamentado em março do ano passado. Confira os principais pontos:

✔ Na Zona Cívico-Administrativa de Brasília (Eixo Monumental, Eixão e Esplanada) nenhum meio de propaganda poderá ser afixado em áreas públicas;

✔ É vedada a instalação de meios de propaganda em área pública na Vila Planalto e Setor Militar Urbano;

✔ A instalação de publicidade ao longo das vias deve respeitar uma distância mínima de 100m entre um painel e outro;

✔ Nas áreas públicas limítrofes ao Lago Paranoá é vedada a colocação de meios de propaganda diretamente voltados para o lago;

✔ Os materiais utilizados na execução dos meios de publicidade deverão

garantir condições de segurança ao público, resistir a intempéries e atender às normas técnicas de construção;

✔ Nenhum meio de propaganda poderá usar gás inflamável nem ter sua projeção horizontal avançando sobre a faixa de rolamento das vias públicas ou circulação de pedestres;

✔ Os outdoors não podem apresentar formas ou padrões que possam ser confundidos com as placas de sinalização, especialmente as de trânsito;

✔ É vedada a colocação de meios de propaganda que interfiram na visibilidade da sinalização ou prejudiquem a visão dos motoristas que circulam em vias públicas.