

“IMAGINE AS PIRÂMIDES DO EGITO OU A TORRE EIFFEL (PARIS) COM OUTDOORS NA FRENTE. ATÉ A TERCEIRA PONTE DO LAGO SUL JÁ SOFRE COM A POLUIÇÃO VISUAL”

Cláudio Queiroz, superintendente do Iphan no DF

100 metros é a distância entre outdoors estabelecida pelo Plano Diretor de Publicidade. Urbanistas querem ampliar distância para 200 metros

DF-Brasília

URBANISMO

Falta de regulamentação do Plano Diretor de Publicidade desagrada até os críticos do projeto. Arquiteto Oscar Niemeyer defende retirada total de propaganda em prédios públicos do Plano Piloto

A anarquia visual

RENATO ALVES

DA EQUIPE DO CORREIO

As avenidas estreitas do novo e chique Sudoeste são estranguladas por outdoors e placas de vendas das imobiliárias instaladas uma ao lado da outra. Painéis gigantes escondem os prédios da região central. Anúncios luminosos tiram a atenção dos motoristas na via de acesso à terceira ponte do Lago Sul.

A poluição visual ameaça a paisagem que o brasileiro e turistas tanto apreciam. A arquitetura moderna e os espaços vazios, que renderam à cidade o título de Patrimônio da Humanidade, são invadidos por outdoors, faixas e painéis luminosos que surgem a cada dia.

Para evitar que as propagandas continuem a se expandir na área tombada pela Unesco, a Câmara Legislativa aprovou, em novembro de 2002, dois projetos de lei que deram origem ao Plano Diretor de Publicidade. No entanto, o documento que iria frear a ameaça ao urbanismo da cidade ainda não foi regulamentado por causa de contestações do Conselho de Gestão da Área Preservada de Brasília. O plano também é ameaçado por ações judiciais.

Mesmo os críticos ao projeto defendem que ele deve ser colocado logo em prática, para evitar mais agressões ao tombamento. “É um instrumento importante para proteção, principalmente para os órgãos fiscalizadores, como o Ministério Público e as Administrações Regionais”, afirma o promotor Paulo José Leite, da 4ª Promotoria de Ordem Urbanística.

Mecanismos de controle

Paulo Leite é responsável por ação civil pública contra o Plano Diretor de Publicidade, instaurada há pouco mais de um ano. O promotor entende que alguns dispositivos do projeto mais beneficiam as empresas de publicidade e lojas do que protegem a cidade. Mesmo assim ele acha que, como Brasília não tem lei de controle da propaganda, o plano é essencial. “Podemos alterar as falhas com o plano já em vigor”, argumenta.

A ação civil pública foi julgada improcedente na 4ª Vara de Fazenda Pública do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. O promotor entrou com recurso, em janeiro. O caso será analisado em segunda instância, o que não tem data para acontecer.

Ronaldo de Oliveira



OUTDOORS ESPALHADOS PELO EIXO MONUMENTAL: PLANO DIRETOR DE PUBLICIDADE É FUNDAMENTAL PARA CONTER AS AGRESSÕES CONTRA O TOMBAMENTO NO PLANO E PILOTO E OUTRAS ÁREAS COMO SUDOESTE

Um dos idealizadores de Brasília, o arquiteto Oscar Niemeyer, alega que não pode falar sobre o plano diretor porque desconhece seu teor. Mas ele condena com veemência a propaganda no Plano Piloto, em especial nos prédios. “Sou radicalmente contra placas em edifícios, principalmente nos públicos.”

Defensor do tombamento e integrante do Conselho de Gestão da Área Preservada de Brasília, o arquiteto Carlos Pontes também é a favor da imediata execução do Plano Diretor de Publicidade. “Precisamos de um mecanismo de controle para evitar danos irreversíveis”, alerta.

Além de reclamar da propaganda excessiva na área tombada de Brasília, o superintendente do Instituto do Patrimônio

Histórico e Artístico Nacional (Iphan) no DF, Cláudio Queiroz, desaprova o Plano Diretor de Publicidade. “Este plano pode fazer da cidade um mercado em liquidação.”

Queiroz afirma ainda que em uma cidade tombada não pode haver nenhum tipo de placa ou outdoor perto dos seus monumentos. “Imagine as pirâmides do Egito ou a Torre Eiffel (Paris) com outdoors na frente. Até a terceira ponte do Lago Sul, que o governador Joaquim Roriz construiu com tanto carinho, já sofre com a poluição visual.”

Inconstitucionalidade

No dia 1º de fevereiro, o deputado distrital Chico Leite (PCdoB) entrará com Ação Direta de Inconstitucionalidade (Adin) con-

tra o Plano Diretor de Publicidade. Ele contesta falhas na tramitação dos projetos que deram origem ao plano. Alega que foram desobedecidas normas do Regimento Interno da Câmara Legislativa.

Chico Leite reclama da forma como o projeto tramitou na Câmara. Apresentada em 2001, a lei foi exaustivamente debatida por representantes da sociedade e sintetizada em um relatório do então deputado distrital Wasny de Roure (PT). O documento — chamado de substitutivo — acabou não indo a plenário. Outro projeto, enviado pelo Poder Executivo, foi aprovado pelos deputados. “Foram desconsiderados os debates promovidos com entidades governamentais e civis”, reclama o deputado.