

## Cidade Limpa - um balanço

Dois meses depois que a Lei Cidade Limpa entrou em vigor no município de São Paulo, a metrópole é marcada por retiradas de outdoors, protestos e muitos questionamentos em relação aos itens da rígida lei que trouxe severas restrições à publicidade exterior

“**S**r. Prefeito. Desempregado pela Lei Kassab não é vagabundo. Hoje já somos 3 mil desempregados, amanhã seremos 20 mil”. A frase (uma clara referência ao episódio ocorrido no dia 05 de fevereiro, quando o prefeito Gilberto Kassab insultou um ex-empresário do setor de comunicação visual, chamando-o de “vagabundo” e o expulsando de uma Unidade de Assistência Médica Ambulatorial) está exposta em mais de 300 outdoors espalhados pela cidade de São Paulo, um protesto de empresários do setor de comunicação visual devido aos impactos da nova lei sobre os seus negócios.

Em nossa primeira reportagem sobre o tema reportava ao dia 1º de janeiro, quando a lei entrou em vigor. Pois bem, esta edição está sendo fechada no início de março, dois meses depois de seu início e já temos um balanço dos últimos 60 dias de “Cidade Limpa”.

A Prefeitura retirou, segundo a sua assessoria de imprensa, 565 peças publicitárias “irregulares” na cidade, sem contar as remoções voluntárias, feitas por empresas de mídia ou anunciantes. As associações ligadas ao setor de comunicação visual acusam a Prefeitura de incluir entre os irregulares, diversas peças protegidas por liminares judiciais. “Há uma completa confusão nos procedimentos da Prefeitura, quando não existem evidentes arbitrariedades. Não existe qualquer respeito ao devido processo legal, a remoção de peças se dá de maneira completamente desastrada, ordens judiciais não estão sendo respeitadas, não há documentação que fundamente esses procedimentos e a Prefeitura não sabe dizer qual lei está aplicando”, afirma Daniel Stein, diretor jurídico do Sindicato das



Empresas de Publicidade Exterior de São Paulo (SEPEX-SP).

No final de fevereiro, a retirada de peças protegidas rendeu o efeito inverso à Prefeitura, que foi condenada a recolocar as peças retiradas da empresa NG Mídia Exterior, pois todas estavam protegidas judicialmente. Ainda cabe recurso (e a Prefeitura afirma que irá recorrer da sentença), mas as peças da empresa estão autorizadas até 31 de dezembro de 2007.

Muitas empresas, ao contrário da NG, não conseguiram o mesmo benefício e, portanto, têm que se adaptar à nova realidade do município.

### Prazo para estabelecimentos termina em março

Até agora, apenas as exibidoras e anunciantes de mídia exterior foram acionados ou tiveram suas peças retiradas. A partir do dia 1º de abril é a vez dos estabelecimentos comerciais, que receberam mais prazo para a adaptação. Empresas prestadoras de serviço ainda esperam que após o dia 31 de março, prazo final para que os estabelecimentos comerciais se adaptem à lei, existam algumas modificações que permitam a sobrevivência da comunicação visual. “A lei tem um apelo claramente político e, agora, após mobilizações diversas, liminares e muita discussão, deve sofrer algum tipo de alteração após o dia 31 de março. Assim como todos do setor, torço para que a lei seja revista e medidas sejam tomadas, pois há a vida de muita gente em jogo”, comenta Carlos Warne Vianna Júnior, diretor da Impressiona Comunicação Visual.

### Cidade Limpa?

O nome do projeto remete à idéia de limpeza, de um ambiente não poluído e tranquilo. Mas, após o início da retirada dos painéis, temos visto essa limpeza? “O nome é bonito e a cidade precisa ficar mais limpa, na medida em que se torna um retrato da própria população e um cartão de visitas para seus visitantes. Mas, o que não se pode aceitar é que, em função de interesses comerciais chegue-se ao ponto de passar para a população uma idéia de limpeza para a cidade que longe estará de ser conquistada por essa diminuta via de controle do mobiliário urbano. Além do que milhares de pessoas serão lançadas ao desemprego, enquanto uma ou duas empresas estrangeiras irão participar (se só uma empresa aparecer, nem isso acontecerá) da tal licitação para a adequação e controle das novas formas de publicidade”, disse Alberto Rollo, advogado especialista em Direito Eleitoral, em artigo publicado no Jomal de Brasília.

Muitas peças foram retiradas, mas a cena mais comum na cidade são estruturas de outdoors e painéis sem qualquer imagem, o que definitivamente vai contra a idéia de uma cidade limpa. Apesar de a assessoria de imprensa da Prefeitura afirmar que as peças têm sido desmontadas e levadas para um depósito, nossa reportagem identificou várias estruturas sem publicidade abandonadas. Para Daniel Stein, a idéia de cidade limpa não será conquistada desta forma. “A lei 14.223 não representa nada em termos de cidade limpa. Trata-se tão somente de uma regulação de anúncios e ainda por cima inconstitucional. É uma lei arbitrária e que sepulta uma atividade que crescia a uma média de 15% ao ano nos últimos três anos, ou seja, a Prefeitura freia a locomotiva de São Paulo em nome de quais interesses? Paisagem se resolve com projetos urbanísticos, conservação de parques e praças, arquitetura integrada ao ambiente e um conjunto de ações que vão além da proibição de propaganda. Aliás, essa restrição pode existir em casos específicos, mas não no caráter geral conferido pela lei 14.223. Fiscalização sim, proibição não”, finaliza.

Como podemos notar, nenhum dos lados pretende ceder, portanto a discussão ainda vai longe. ■



Esqueletos das estruturas e na segunda foto, outdoor contra o Prefeito Kassab foi pintado, impedindo a visualização da mensagem. A cidade está realmente limpa depois da lei?

### Novas regras para estabelecimentos comerciais

A partir do dia 1º de abril o prazo para os estabelecimentos comerciais se adaptarem à Lei Cidade Limpa chega ao fim. Confira abaixo quais são as novas determinações para estes locais.

- Imóvel pequeno: Fachada inferior a 10m pode apenas conter um anúncio indicativo de 1,5m².
- Imóvel médio: Fachada superior a 10m e inferior a 100m pode conter apenas um anúncio indicativo de 4m².
- Imóvel grande: Fachada igual ou superior a 100m pode ter, no máximo, dois anúncios indicativos de no máximo 10m², separados por uma distância mínima de 40m lineares.
- Anúncios indicativos só poderão avançar 15cm sobre a calçada e a placa deverá estar a uma distância de 2,20m do solo.
- Anúncios em toldo retrátil poderão ser utilizados desde que a altura das letras não ultrapasse os 20cm de altura, sendo proibida a utilização de outro anúncio indicativo no estabelecimento.
- Imóvel de esquina: neste caso poderá ser utilizado um anúncio para cada testada, respeitando-se os tamanhos de anúncios de acordo com o tamanho da fachada.
- Totens: não podem ultrapassar os 5m de altura, incluindo base e área do anúncio. A empresa que optar por esta peça não poderá colocar qualquer outro anúncio indicativo.
- Estão proibidos anúncios em carros, ônibus, microônibus, motos, bicicletas, carretas e trailers. Apenas veículos de carga poderão circular com anúncios.
- Estão permitidos anúncios em peças de mobiliário urbano, como pontos de ônibus, relógios de rua, painéis eletrônicos informativos, bancas de jornais e outros.
- Em caso de infração da lei, a multa é de R\$ 10 mil para anúncios irregulares com até 4m², acrescidos R\$ 1 mil para cada m² ultrapassado. Se a situação não for resolvida em 15 dias (ou 24 horas para anúncios com risco iminente), uma nova multa será emitida com valor duas vezes maior que a primeira.

Fonte: Cartilha divulgada pela Prefeitura de São Paulo