

## **Cidade Limpa tem flexibilidade**

Casos em que a publicidade ao ar livre estiver incorporada à paisagem de São Paulo serão analisados por uma comissão especial da Prefeitura. Um exemplo é o do relógio do Banco Itaú, instalado na Avenida Paulista.

A Comissão de Proteção à Paisagem Urbana já existe há 25 anos, mas agora será remodelada e instalada, por meio de um decreto, nesta semana. "Antes era composta basicamente pelo pessoal de mídia exterior. A nova terá universidade, gente ligada à propaganda, designers, arquitetos, especialistas na questão", diz Regina Monteiro, diretora de Meio Ambiente e Paisagem Urbana da Emurb (Empresa Municipal de Urbanização da Prefeitura de São Paulo). Painéis publicitários que forem "referências da cidade" serão analisados pela comissão e pelo Conpresp (Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico, Cultural e Ambiental da Cidade de São Paulo). "Esse não será um instrumento de se fazer propaganda", frisa Regina. Ela adianta que será analisado, e aprovado, além do relógio, o prédio do Banespa (o Banespão), no centro da capital, que tem as letras do nome do banco. "O prédio é um cartão postal da cidade. É de domínio público, nem é mais da empresa. Esse será um dos casos que com certeza terá aprovação da comissão. O Itaú também, tenho certeza que vai ser o próximo (a ser analisado)". As peças serão estudadas a partir de solicitações de interessados. Outro tema da comissão será dos postos de gasolina. "A lei federal diz que os preços precisam ser colocados de forma extensiva. Vamos dizer o que é extensivo em São Paulo", conclui Regina.

### **Comércio**

O comércio terá um prazo maior, não formal, da Prefeitura para se adequar à Lei Cidade Limpa. O foco da Prefeitura a partir do último sábado (31) foram as diversas liminares garantidas por empresas de mídia exterior. "No nosso entender, pouco ou nada traz de benefício para nossa cidade; algumas são até de empresas de outros países. É o que mais emporcalha a cidade", diz Clayton Claro da Costa, supervisor geral de Uso e Ocupação da Secretaria de Coordenação das Subprefeituras.

Segundo ele, como a Prefeitura tem capacidade de operação limitada, as placas indicativas serão deixadas para uma segunda etapa, sem data definida. "Não estamos de forma nenhuma deixando de atender a legislação, só priorizando o que temos capacidade de atender. Eles terão um prazo para se adequar enquanto estamos cuidando da mídia externa". A partir desta segunda-feira, a Prefeitura fará panfletagem no comércio com informações sobre a Lei", afirmou.

Marcel Solineu, economista da Associação Comercial de São Paulo, diz que há falta de equipamentos para retirar e repor as placas indicativas. "Muitos estão pintando a frente apenas ou deixando sem nada por enquanto. Não vai dar para fazer tudo ao mesmo tempo". Mas, diz, o prefeito Gilberto Kassab afirmou que não multaria em seis meses. "Alguns estão se baseando nisso para esperar um pouco mais (para fazer as mudanças)", concluiu.

### **Liminar**

Na última sexta-feira (30), o STF (Supremo Tribunal Federal), a pedido da Prefeitura, derrubou liminar do Sepex (Sindicato das Empresas de Publicidade Exterior), que assegurava o exercício da atividade. O advogado do sindicato, Rogério de Menezes Corigliano, diz que a Prefeitura alegou "grave lesão à ordem, segurança pública, saúde e economia". Até sexta, o Sepex não havia sido notificado. "Do nosso ponto de vista é totalmente descabido. Qual o risco à ordem, à saúde?", questiona o advogado.

O Sepex vai recorrer da decisão, tomada pelo ministro Gilmar Mendes. "Vamos pedir que a decisão seja analisada pelos 11 ministros". Para Corigliano, a Prefeitura não poderá agir enquanto o sindicato não for notificado.

### **Nova paisagem**

Mesmo antes das multas começarem, grandes redes e empresas já começaram a adequar suas placas indicativas à Legislação. É o caso das Casas Bahia, cujos trabalhos de modificações e

adaptações datam do começo do ano. Ao todo, são 98 pontos-de-venda. Segundo a assessoria de imprensa da rede, a ação envolve de 10 a 15 lojas por mês, com investimento de R\$ 30 mil a R\$ 60 mil por fachada.

A Drogasil informou, também através da sua assessoria, que está promovendo adequação na comunicação visual de 73 lojas da capital, enquadradas na nova legislação. As lojas Augusta e Cidade Jardim serão as primeiras a receber as modificações, programadas para o último domingo (31). A maioria das outras 71 lojas já teve os seus letreiros antigos retirados e seguirão o mesmo padrão das primeiras.

“Escolhemos duas unidades estratégicas para dar início às mudanças. São lojas com fachadas diferentes que servirão para acompanhar a percepção do público em relação às modificações”, relatou Antonio Carlos de Freitas, diretor comercial da Drogasil. A Cauduro Martino, empresa especializada em design e branding, desenvolveu estratégia para criar uma nova identidade visual externa para a rede sem que a marca perdesse suas principais características, como as cores vermelha e branca e o ícone da cruz.

O McDonald’s e o Itaú encaminharam respostas por e-mail. O primeiro informou que está se adaptando à nova lei, e o segundo, que está empenhado em adequar todas as suas agências, antigas e novas, aos padrões estipulados.

O Pão de Açúcar informou que as fachadas de 12 lojas estão sendo modificadas e que entregaria o cronograma de alterações à Apas (Associação Paulista de Supermercados). O Wal-Mart informou que está sendo orientado pela Apas. Na semana passada, redes de supermercados se reuniram na sede da associação com a diretora da Emurb, Regina Monteiro, para que ela esclarecesse dúvidas sobre a Lei Cidade Limpa. Na ocasião ficou acertado que os associados – grandes e pequenos – vão encaminhar cronogramas de modificações das lojas à Apas, que vai intermediar o contato com a Prefeitura. A associação representa 400 empresas da cidade, num total de 700 lojas.

“No dia 1º de abril nem todas estarão adequadas, mas todas estão buscando cumprir a lei”, diz o superintendente da associação, Carlos Corrêa. Balanço da Secretaria de Coordenação das Subprefeituras aponta que desde o dia 2 de janeiro 595 peças foram retiradas e 853 removidas pela própria empresa. “Onde eu passo vejo que muita coisa já foi feita. Os Jardins (bairro) estão ficando uma maravilha”, diz o supervisor da Secretaria de Coordenação das Subprefeituras. “O comércio tem atuado, limpo. As fachadas estão mais bonitas e melhores”.

**Fonte: Propaganda & Marketing, p. 25, 2 abr. 2007.**