

Metrópole



Ambiente
Desmatamento volta a crescer em cidade do Pará. Págs. A28 e A29

URBANISMO. Irregularidades

Seis projetos na Câmara Municipal preveem alterações na legislação, pág. A23 }

‘Estado’ percorreu ruas das zonas oeste e sul e do centro com idealizadora de principal projeto da gestão anterior e flagrou desrespeito à proibição de anúncios; comércios aproveitam brechas legais para retomar publicidade com poluição visual

Haddad afrouxa fiscalização da Lei Cidade Limpa e lojas fazem ‘gambiarra’



ILEGAL



1. Ônibus da Empresa Metropolitana de Transporte Urbano (EMTU) circula com propaganda irregular, segundo a arquiteta Regina Monteiro
2. Loja expõe banner com preço de produtos em vitrine com recuo inferior a 1 m, o que é proibido
3. Peças removíveis, com banners, faixas e cartazes, são as infrações mais comuns detectadas



Arthur Rodrigues

Com queda de 90% nas multas na gestão do prefeito Fernando Haddad (PT), a Lei Cidade Limpa ficou mais frouxa na capital. A reportagem do Estado percorreu as ruas de São Paulo com a idealizadora da legislação, a arquiteta Regina Monteiro, que detectou várias irregularidades. Já as grandes lojas criaram uma estética anti-Cidade Limpa com base nas brechas do texto legal.

“Está bem mais relaxado”, diz Regina, que rodou com a equipe do Estado pelas ruas das zonas oeste e sul e pelo centro da capital. A arquiteta era a responsável pela lei desde que ela passou a vigorar, em 2007. O programa contra a poluição visual que banuiu a publicidade

rou a principal marca da gestão de Gilberto Kassab (PSD).

De janeiro a agosto deste ano, a Prefeitura aplicou 226 multas. A média por subprefeitura é de menos de uma autuação por mês. No ano passado, no mesmo período, foram 2.265 multas. A Prefeitura alega que as autuações caíram porque as pessoas respeitaram mais a lei e que a fiscalização continua sendo feita. No entanto, é fácil encontrar violações pelas ruas.

As principais irregularidades são cometidas por pequenos comércios. Peças móveis, como banners, cavaletes e faixas, passaram a tomar as ruas comerciais do centro e também da periferia. Além disso, sobram lambe-lambes nos postes de todas as regiões percorridas.

Em bairros como o Bom Retiro, uma infração comum é a co-

locação dos letreiros sobre estruturas de plástico ou de madeira. “Nesses casos, o que conta não é o tamanho da letra, mas de toda a estrutura”, explica Regina. Algumas dessas peças também chegam a avançar sobre a calçada, o que é proibido.

Na Rua Teodoro Sampaio, em Pinheiros, na zona oeste da capital, Regina identificou a tendência de colocar anúncios na entrada das lojas, sem respeitar o limite de um metro do início da fachada.

Circulando por regiões periféricas, o problema são os cavaletes e faixas na frente das lojas. “Na maioria dos açougues, é possível achar esse problema”, afirma ela.

A reportagem encontrou até mesmo o poder público desrespeitando a lei, segundo Regina. Ela viu irregularidade nos anúncios

JEITINHO



1. Seguradora instala letreiros em área interna; estratégia não foi prevista por legislação e retoma grande publicidade
2. Loja Marisa, da Avenida Paulista, tem telão de LED recuado a 1 m da vitrine para anunciar lingerie
3. Loja de móveis na zona oeste abre espaço para colocar vitrine e deixar à vista anúncio



Fiscalização R\$ 10 mil

é o valor da multa aplicada ao estabelecimento comercial que descumpra a Lei Cidade Limpa.

cios dos ônibus da Empresa Metropolitana de Transportes Urbanos (EMTU), que trafegavam pela zona sul na manhã de quinta-feira. Atualmente, as únicas permissões para publicidade externa são para abrigos de ônibus e relógios de rua. “Na minha época, não tinha essas coisas”, afirma.

A EMTU discorda da avaliação de Regina. Em nota, a empresa estadual afirma que “o transporte intermunicipal é regulado por legislação estadual própria”. “Portanto, a legisla-

ção municipal não se aplica a esse sistema de transporte”, explica, em nota.

Gambiarra. As grandes lojas tentam usar a lei a seu favor. Como está previsto que os anúncios podem ser usados a partir de um metro na área interna, a saída encontrada pelos comerciantes foi usar vidros para fazer publicidade nos moldes da época pré-Cidade Limpa.

Na Avenida Paulista, por exemplo, a unidade da loja Marisa colocou um telão, com imagens de modelos de lingerie e os preços das peças da coleção. Na Avenida Vicente Rao, no Brooklin, zona sul, uma unidade da Mapfre Seguros usa a mesma tática. As duas empresas ressaltam que, como os anúncios estão na área interna das lojas, não estão descumprindo a legis-

lação municipal.

“É um golpezinho que eles dão na lei”, diz Regina. Segundo ela, como na época da elaboração das regras ninguém imaginava que seriam criados esses artificiais, a Comissão de Proteção à Paisagem Urbana (CPPU) deveria atualizar as normas.

Cerco. O cargo do gerente da Cidade Limpa, criado por Kassab, não foi repostado. O antigo titular, José Rubens Domingues, tinha autoridade para cobrar subprefeitos a respeito dos resultados da operação. Tudo para manter o principal projeto do então prefeito funcionando.

Em 2012, o cerco aos anúncios atingiu o auge. A violação da legislação resultou até em prisão para quem colocasse lambe-lambe, em operação conjunta com a Polícia Civil.

LEI VIROU EXEMPLO E BANDEIRA POLÍTICA

2007
Entra em vigor, com multas, a Cidade Limpa. Adaptação de fachadas dá desconto no IPTU.

2008
Após uma série de recursos, até no STF, Tribunal de Justiça considera lei constitucional.

2009/2010
Câmara adota brecha, permitindo propaganda eleitoral em muros, casas e terrenos.

2011
Lei se consolida, vira marca de Gilberto Kassab e é base para blitzes semanais.

2012
Kassab promove segunda fase da Cidade Limpa, com a licitação de pontos e relógios de rua.