Haddad libera publicidade no samb ódromo

Escolas poderão vender anúncios em até 20% do Anhembi; medida flexibiliza Cidade Limpa.

Após sete anos de Lei Cidade Limpa, São Paulo terá novamente anúncios externos de publicidade. A instalação de faixas e painéis iluminados foi liberada pela Prefeitura a pedido da Liga das Escolas de Samba. A entidade poderá vender por 27 dias espaços comerciais em 20% da área externa do Sambódromo do Anhembi, localizado em Santana, ao lado da Marginal do Tietê, zona norte.

A autorização, que vai do dia 10 de fevereiro a 8 de março, é destinada a patrocinadores do carnaval e pode abrir precedente em ano de Copa do Mundo. Diversos outros setores, como o ramo hoteleiro e imobiliário, também pleiteiam direito a exceções. O benefício concedido às escolas de samba é o maior desde que o então prefeito Gilberto Kassab (PSD) baniu os outdoors da cidade, em janeiro de 2007.

De acordo com o aval dado pela Comissão de Proteção à Paisagem Urbana (CPPU), os anúncios serão afixados nas portas de entrada do Anhembi e no alto das arquibancadas, com visualização pela Marginal e pela Avenida Olavo Fontoura. Os tamanhos são variados: começam com 1 metro quadrado e chegam a 32,8 m².

Oficializada no dia 15 deste mês, a autorização é a primeira obtida pela Liga desde que a lei entrou em vigor. A entidade “brigava” pelo direito de vender propaganda com o argumento de que a verba cedida pela Prefeitura não cobre os custos do carnaval. No ano passado, cada uma das 14 escolas do Grupo Especial recebeu R$ 800 mil para ajuda de custo. Verba que é complementada com a venda de fantasias e ingressos para ensaios, que, nas vésperas dos desfiles, chegam a custar R$ 30.

“A publicidade pode ajudar muito as escolas de samba, que enfrentam dificuldades financeiras, e não vai prejudicar a Lei Cidade Limpa. Mas acho que só 20% do espaço é pouco, apesar de importante”, diz o vereador Antonio Goulart (PSD), que ajudou a intermediar as negociações com a Prefeitura. Em São Paulo, a força política das escolas é disputada entre os partidos e vira moeda de troca em ano eleitoral.

Exagero. Para a urbanista Regina Monteiro, mentora da Lei Cidade Limpa e presidente da CPPU entre 2007 e 2012, a liberação no Anhembi é um erro. “É a maior de todas as exceções já abertas na lei. Não tem sentido fazer isso. O carnaval de São Paulo foi um sucesso nos últimos anos sem a necessidade dessa verba. As escolas de samba já recebem uma boa verba da Prefeitura e ainda têm outros meios para captar recursos”, afirma.

O temor, segundo Regina, diz respeito à reação das empresas que ficarão de fora do benefício. Há marcas de bebida, por exemplo, que patrocinam o carnaval, outras que patrocinam a Copa do Mundo. A Prefeitura agora terá de saber conciliar as demandas. “A lei é um patrimônio da cidade, não pode ser alterada assim, de forma tão brusca”, diz Regina. “Os paulistanos não querem mais propaganda agressiva nas ruas. Essas marcas que anunciarem no Anhembi podem até ganhar a antipatia da população.”

A pressão por alterações que flexibilizem a Cidade Limpa também acontece na Câmara Municipal. Atualmente, os vereadores analisam nove projetos que alteram a legislação, entre propostas que liberam anúncios nos táxis, ônibus e templos religiosos.

Adriana Ferraz e Diego Zanchetta – estadao.com.br (23/01/14).