

Juiz proíbe novos enfeites de carnaval com propaganda

O juiz Ricardo de Castro, da 1ª Vara de Fazenda Pública do Rio de Janeiro, concedeu liminar que proíbe a prefeitura carioca de instalar novas peças de decoração de carnaval com propaganda da empresa Vivo em certas áreas da cidade. Cabe recurso.

A decisão atende ação proposta pelo Ministério Público. Segundo o MP, “a instalação dos referidos adereços objetiva à realização de publicidade de certa e específica empresa, e não adornar a cidade com enfeites impessoais, violando a legislação em vigor”.

O magistrado deferiu a liminar determinando que a prefeitura se abstenha “de instalar os adereços carnavalescos contendo a publicidade da empresa Vivo nos locais apontados pelo parágrafo 5º, do artigo 465, da Lei Orgânica do Município”.

De acordo com sua decisão “a legislação mencionada veda, peremptoriamente, a efetivação de engenhos publicitários a menos de 200 metros de emboques de túneis e de pontes, viadutos e passarelas; na orla marítima e na faixa de domínio das lagoas; em encostas de morros, habitados ou não; em áreas florestadas; e na faixa de domínio de estradas municipais, entendendo-se como faixa de domínio das estradas o espaço de 15 metros situado nas suas margens”.

A decisão não vale para os enfeites já instalados. Segundo o Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, como o Ministério Público não requereu a retirada dos adereços publicitários já instalados, o juiz não pode decidir sobre essa questão. Na hipótese de descumprimento da determinação, poderá ser aplicada multa, cujo valor ainda não foi arbitrado.

Para o juiz, a iniciativa “mascara” uma parceria em que “os preparativos para a nossa maior festa popular se tornam pretexto para levar a público o nome de determinada pessoa jurídica”. Apesar disso, reconhece a validade das parcerias entre o Poder Público e o setor privado, desde que se façam “preservando interesse público”, para gerar economia do dinheiro público, possibilitando “a alocação de verbas para outros setores mais necessitados e de grande relevância”.

Ricardo de Castro cita o sucesso da árvore de Natal da Lagoa Rodrigo de Freitas que é financiada pelo setor privado. “Apenas elogios se devem a esta parceria. Nesta, houve alocação de verbas privadas, sem a necessidade de utilização direta de logotipo, marca ou nome da empresa que arcou com seu custo”, ressaltou.

Date Created

14/01/2005