

Doria faz propaganda após uma semana de Cidade Linda

Regiane Soares e Tatiana Cavalcanti
do **Agora**

A Prefeitura de São Paulo iniciou no sábado, sete dias após o início da gestão João Doria (PSDB) e o lançamento do Cidade Linda, uma das principais ações do novo prefeito, uma campanha publicitária do programa em pontos de ônibus e relógios de rua da capital. A prefeitura afirma que não houve custo para a administração municipal (leia ao lado).

Os primeiros dias de gestão de Doria também foram marcados com ações que causaram exposição: ele se vestiu de gari, participou de um mutirão de calçadas, chamou uma coletiva para anunciar emprego para o irmão do camelô morto no metrô, entre outros.

O programa Cidade Linda começou no dia 1º de janeiro, na região da avenida 9 de Julho, no centro da capital. No fim de semana passado, as ações de limpeza chegaram à avenida Paulista.

Resposta

A gestão João Doria (PSDB) disse que a prefeitura não teve custos com a publicidade do Cidade Linda.

Segundo a prefeitura, as artes dos painéis dos relógios de rua foram doadas pela agência Lua Propaganda.

Nos pontos, os cartazes são doação da concessionária Ótima, que cuida das paradas.

Ainda segundo a gestão Doria, a propaganda foi possível utilizando os espaços publicitários a que a administração tem direito nos contratos com a JC Decaux, responsável pelos relógios, e com a Ótima.

Foram veiculados 50 cartazes nos relógios e 34 nos abrigos.