

FOLHA DE S.PAULO

★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

95
ANOS

QUINTA-FEIRA, 2 DE FEVEREIRO DE 2017 08:47

cotidiano

Doria e propaganda grátis atraem doações de empresas para a prefeitura

Chello - 25.jan.2017/Framephoto/Folhapress



O prefeito João Doria, à dir., recebe moto doada pela Yamaha para atuar nas marginais

ARTUR RODRIGUES
RODRIGO RUSSO
DE SÃO PAULO

02/02/2017 02h00

De olho na publicidade gratuita e "convocadas" pelo próprio [João Doria](#) (PSDB), cada vez mais empresas estão aceitando fazer doações de materiais e serviços para ajudar a implementar ações da Prefeitura de São Paulo.

Em um mês de mandato, ao menos 22 empresas já doaram itens que vão de banheiros públicos a veículos, passando também por serviços de limpeza.

A esse total devem se somar outras 52 empresas que, na terça (1º), foram anunciadas como apoiadoras na construção de espaços de atendimento a moradores de rua.

Também empresário, o prefeito admite que tem telefonado pessoalmente para algumas das empresas, tentando despertar um espírito de competição entre concorrentes.

Quando aceitam participar, as companhias têm os nomes divulgados nos canais oficiais da prefeitura e até nas redes sociais de Doria. Porta-vozes das companhias também participam dos eventos oficiais.

As doações são uma estratégia de Doria para, em meio à crise financeira, apresentar resultados em programas criados logo no começo de sua gestão. A prefeitura não deu estimativa de quanto economizará com essas doações.

Nesta terça, em encontro com empresários, Doria narrou o modus operandi para conseguir veículos gratuitamente para atuar na segurança de trânsito das marginais Tietê e Pinheiros, que tiveram seus limites de velocidade ampliados pelo tucano. A prefeitura anunciou doações das empresas Fiat, Yamaha, Honda e Mitsubishi –que totalizam cerca de R\$ 1,6 milhão.

"Liguei para o senhor Yamaha, que também não conhecia, e disse: 'Olha, seus concorrentes estão colaborando'. E eles também doaram 20 motos. Liguei também para Fiat, e disse: 'Vai pegar mal uma empresa líder de mercado não colaborar'. E eles vão recuperar 102 veículos. E pedi ainda mais dois veículos", disse.

A Mitsubishi e a Yamaha disseram ver ganhos para suas marcas com as doações. A Honda não respondeu aos questionamentos da **Folha**, e a Fiat afirmou que está discutindo os termos do acordo.

Doadora de 114 projetores para a ponte Octavio Frias de Oliveira, a Philips diz que a ação reforça a responsabilidade social da empresa.

Também procurada por Doria, a Unilever dará itens de higiene a moradores de rua e administrará os banheiros do Ibirapuera. A empresa diz que "está sempre atenta a oportunidades de parcerias que possam impactar positivamente a vida das pessoas e que façam sentido para a companhia e as suas marcas".

A empresa Peebox, especializada em banheiros químicos, viu na estratégia de Doria uma oportunidade de divulgar um produto recém-desenvolvido. "Tivemos uma exposição muito grande [depois da doação]", afirma o diretor da empresa, Plínio Pimentel.

Questionada sobre sua política de captação de doações, a prefeitura diz que a prática é legal, os procedimentos são publicados no "Diário Oficial" e a menção às empresas doadoras "não caracteriza favorecimento a interesses privados". "Trata-se de informação, não de publicidade".

Professor de direito administrativo da USP, Gustavo Justino de Oliveira diz que a aproximação entre mercado e setor público é frequente no exterior e que "São Paulo está fazendo uma aproximação nessa relação com a qual não estamos acostumados".

Colaborou **MARIANA CARNEIRO** ★ ★ ★