

Audiência Pública

31/01/2018

Concessão Onerosa do Mobiliário Urbano

SP Obras

TRANSCRIÇÃO PARA TEXTO DAS FALAS GRAVADAS

- ... inscrito. O pessoal já deve estar passando um papel – tem alguma “filipeta”. Ou, então, nós vamos também franquear os microfones para que sejam feitos os questionamentos. As perguntas serão anotadas e, posteriormente, serão publicadas no *Diário Oficial* e serão encaminhadas também aos presentes. Então, neste momento, eu passo a apresentação da audiência para o diretor Paulo Santoro, diretor encarregado do Mobiliário pela SP Obras. Por favor, Paulo.

Paulo Santoro - Um bom dia a todos. Vou pedir para que desliguem os celulares, ponham na função não audível, para não ter interrupção. A gente vai dar início à apresentação desta audiência pública sobre o mobiliário urbano. E nós vamos falar, hoje, sobre o mobiliário sanitário público. Antes, um contexto geral para a gente situar do que nós estamos falando. Mobiliário urbano, como todos sabem – a gente só vai recuperar aqui alguma conceituação – são os elementos instalados na cidade para interagir com o público, com o munícipe e prestar algum tipo de serviço que seja útil. Ao mesmo tempo, com isso a cidade vai gerando um padrão visual, uniformizando os equipamentos que estão à disposição da população. Com isso, se ambiciona ter uma função de circulação, de ornamentação da paisagem, necessidade básica e atividade comercial que eventualmente possa ser agregada a esse tipo de experiência. Então, isso é um panorama geral do contexto que nós vamos falar.

A gente já teve um trabalho anterior em relação a esta licitação que se pretende lançar. Numa universidade da cidade, no ano passado, o prefeito João Dória inaugurou o teste com dois mobiliários urbanos, exatamente para a gente começar uma experiência da aceitação da população, da usabilidade dos banheiros, os problemas de instalação. Eles têm uma intervenção – é diferente de chegar e instalar um equipamento, porque você tem que procurar a rede de água, a rede de esgotos. Tem uma interferência com o trânsito, você tem que, às vezes, atravessar a rua, abrir uma vala. Então, era necessário ter uma experiência com o mobiliário que a gente fez questão de testar. Ao mesmo tempo, a gente fez todos os estudos métricos de quantidade de pessoas, material consumido, para poder ter uma densidade física adequada para a gente poder lançar a licitação com a melhor experiência possível.

Em dezembro agora, a Câmara apreciou o projeto de lei e ela foi aprovada e, no começo deste mês de janeiro, o prefeito João Dória sancionou a lei que dá autorização para a gente iniciar esse processo em que, agora, nós estamos. Uma parte formal dele é esta audiência pública, onde o poder público apresenta a ideia para a população, o projeto. E abre espaço para que os munícipes ou as pessoas interessadas de alguma forma se manifestem, fazendo críticas, sugestões, esclarecimentos, para que a gente possa também ter mais essa contribuição. Do resultado disso sairá a publicação de um edital e, em seguida, haverá a abertura de uma consulta pública que, exatamente, diferente deste momento, dado o edital publicado, é para esclarecimento sobre o edital que já está formalizado. Aqui, então, nós vamos primeiro lançar o projeto que a Prefeitura tem em mente e abrir espaço para comentários de toda a população. Estava aberto para quem quisesse vir e vieram as pessoas que estão aqui presentes. Vamos continuar, então.

O embasamento legal – pulamos um eslaide aqui. O embasamento legal do que nós estamos falando é a Lei da Concessão, a 8.666, que dá a moldura geral para o que a gente pretende fazer; a Lei Cidade Limpa, que regula a parte de publicidade na cidade, que está afeita à licitação de que a gente vai tratar. Essa lei que o prefeito acabou de publicar é a 16.786. E também a gente faz referência à licitação que abriu o mobiliário anterior, que todo mundo já tem a experiência diária, que é dos relógios. Completou cinco anos de experiência dos relógios, uma concessão de 25 anos, um mil relógios, um investimento de 200 milhões, um número importante. E teve uma outorga de 70 milhões. Os abrigos de ônibus, também 25 anos, foram 6.500 abrigos, 12.500 totens. Quer dizer, a quantidade física é grande. Investimento de 262 milhões para um valor de outorga de 172 milhões.

Esta licitação que nós vamos lançar é completamente diferente dessa, no sentido do mobiliário. Ele é bem mais complexo, a instalação dele é mais complicada, vai ter que achar, conforme eu falei, os dutos de água e de esgoto, vai ter que ter uma instalação física que envolve o entorno. Provavelmente, vai ter que parar a rua, tem que chamar o CET, cuidar das interferências, gás, ali. Então, é um pouco mais complexa, mais custosa também. E vou dar um pouquinho mais de detalhe mais para a frente.

Dada essa experiência com esse mobiliário que já existe, a gente vai tentar resolver um problema da cidade. Todos já viram as entrevistas do prefeito João Dória. Ele comentou que há 50 anos não se faz uma iniciativa densa para resolver este problema. A cidade é enorme, 5.000 praças e não tem sanitários suficientes. Você encontra nos parques alguma coisa assim. Mas, no meio da rua, todo mundo já passou o problema do constrangimento de ir em um bar ou restaurante e dizer: “Posso usar o banheiro, um minutinho?” Então, é uma coisa bastante inconveniente. Então, nós vamos procurar resolver isso desta maneira aqui.

Então, suprir a necessidade do cidadão, prestando um novo serviço. Vamos viabilizar, através deste regramento que nós vamos lançar, a confecção, instalação e manutenção. É um equipamento que vai demandar uma manutenção densa. Senão, ele se deteriora rapidamente. Todo mundo já tem experiência de uso de banheiros bem cuidados e banheiros muito mal cuidados, o que afasta o uso. E, também, padronizar o mobiliário, na forma como nós apresentar aqui. Os benefícios que se espera são um melhor atendimento ao cidadão. Nós vamos criar uma nova atividade, é um novo empreendimento que vai ser lançado. Uma empresa será constituída para explorar isso aí. Então, vai gerar emprego e renda e a gente vai caminhar no sentido da padronização do mobiliário.

Antes de prosseguir, eu queria fazer uma conceituação. Nós temos a experiência dos dois mobiliários – relógios e os abrigos de ônibus –, que são elementos onde as pessoas passam por eles. Um relógio, você passa, se informa e segue. O abrigo de ônibus, você espera um pouquinho o seu ônibus e você vai, também. Esse mobiliário é diferente, não é? A pessoa não passa por ele. Ela se dirige para ele. Ele vai ao banheiro. Então, é uma habitualidade nova que nós vamos criar na cidade, pelo número de equipamentos. Mais do que isso, a pessoa vai entrar no equipamento e vai interagir, vai mexer no equipamento. Então, é uma licitação diferente, é uma usabilidade diferente que está se criando. Não existia até então. Então, com esse equipamento – já pensando em termos de publicidade que, provavelmente, interessará a pessoas que estão aqui –, nós vamos gerar um novo hábito e uma nova interação com o público. Em vez de você passar pelo equipamento, você vai procurar onde ele está e você vai para ele. E você vai entrar

dentro dele e ter um momento de comunicação, imaginamos, com aquela pessoa que está ali dentro, utilizando o serviço.

Eu quero dizer o seguinte: De um lado, nós vamos propor que empresários se interessem em prover esse serviço com esse determinado equipamento que será aqui apresentado nas condições que vão ser colocadas. De outro lado, o poder concedente vai dar autorização de uma coisa muito rara que, desde a Cidade Limpa, quando a Prefeitura recolheu toda a publicidade – que era selvagem, todo mundo deve lembrar a disputa, um punha um painel publicitário na frente do outro, fechava a rua visualmente, não é? Então, isso foi resolvido, a cidade ficou visualmente limpa. Mas aconteceram duas coisas. Uma, cessou completamente a publicidade autorizada. Então, o mercado consumidor não consegue fazer a publicidade nas empresas, os produtos não chegam com a apresentação que todos gostariam no mercado, de oferta.

De outro lado, ao mesmo tempo, criou um ativo muito importante para a Prefeitura, que é a autorização de conceder a possibilidade de fazer a publicidade, atendendo a uma demanda latente que tem no mercado. E a gente reconhece isso aí. Então, a gente está propondo um serviço para empresários explorarem, em troca dá uma autorização rara e de muito valor dentro do maior centro de consumo da América Latina, a maior cidade da América Latina que, nós ver aqui numericamente, é muito carente de publicidade e numericamente é muito fraca a exposição de publicidade, em termos de painel publicitário. Então, isso tem um valor para o mercado e a Prefeitura então vai autorizar que se use determinado número de painéis publicitários. Então, a gente imagina que isso tenha um valor econômico. Em troca, a gente pede um serviço que a população carece há muito tempo. Vamos entrar em mais detalhes daqui a pouquinho.

De onde veio esse banheiro? A São Paulo Urbanismo, empresa da Prefeitura, lançou em novembro um concurso nacional, aberto a quem quisesse participar, para escolha de uma série de elementos de mobiliário urbano, para fazer um conjunto, para ter uma padronização. Dia 29 de novembro de 2016 foi feita a seleção. Está aqui a comissão julgadora. Foram escolhidos os equipamentos e daqui foi definido qual o tipo, o modelo, o *design* do mobiliário referente ao sanitário público. E aí a

Prefeitura sai daquela decisão subjetiva de escolher vários modelos. Esse é mais bonito, por que esse e não aquele? Então, isso está resolvido.

O modelo vai ser este aqui, seguindo esta referência. Não exatamente este, mas a referência é esta. Então, você tem aqui uma parte – é visível aqui, não é? Tem uma parte suspensa, tem um escudo que envolve. Essas faces aqui, provavelmente vão ter o painel publicitário. Ele tem uma sinalização aqui, do serviço que ele presta. Dá uma outra visão dele aqui. Então, esse modelo, que deverá ser produzido e colocado na cidade. É dada a referência de medidas. O *design* dele deve seguir este modelo aqui. Há uma sugestão de materiais. E isso, que venceu o concurso, é propriedade da São Paulo Urbanismo e da Prefeitura. Então, ela é uma referência para ser seguida. Então, não pode ser uma forma curva, uma forma mais alta, mais baixa. É essa a referência. Não necessariamente esse *design*, essa padronização sugerida, mas é este modelo, essa dimensão. E vai fazer parte, depois, da seleção, como a empresa resolveu, industrialmente, a confecção desses banheiros, a manutenção, a forma de abrir e limpar e resolver.

Seguindo. Isto aqui, então, já é de domínio público, está na Internet. Então, quem se interessou já olhou, as medidas e tudo o mais. Isso está desde novembro do ano passado, à disposição. E, hoje, nós vamos materializar. Nós fomos a campo lá, há um ano atrás, com produtos que já existiam no mercado, para fazer o teste. Então, empresas disponibilizaram ceder, dentro do formato de doação, para que fossem feitos esses testes. Então, o número de uso é bastante expressivo. A população gostou, aceitou, usou. A gente também teve a experiência de vandalismo, que era uma preocupação. Então, a gente percebeu uma coisa muito interessante. A própria comunidade em torno, principalmente os habitantes de rua, começaram a tomar conta do equipamento. E a gente, entrevistando, ouviu deles que eles nunca tiveram uma coisa igual, tinham que fazer as necessidades no meio da praça. E, agora, eles tinham uma forma. Então, isso eleva a autoestima, eleva o sentimento de cidadão que eles têm – são cidadãos também. Então, eles foram bem cuidados. A gente teve pouquíssimos eventos, durante um ano, de vandalismo. Então, é muito interessante.

Então, esse aqui ficou na Praça Dom José Gaspar. Aqui são elementos antivândalicos, que foram testados. Aço inox, o espelho também é de aço inox, coisas que não podem ser arrancadas ou quebradas. Isto aqui certamente será refletido no edital, a solicitação deste tipo de equipamento, prevendo uma durabilidade maior. A gente também o teste no Largo do Arouche. É um ambiente diferente, mas tem menos tráfego do que a Dom José Gaspar. Mas os números também são impressionantes. Então, a gente usou esses elementos que já tem no mercado para poder fazer esse tipo de teste para poder lançar – que o faremos em breve –, poder ter uma experiência vivida, de campo, de como isso se deu.

Também vai participar da licitação o banheiro móvel que, obviamente, tem uma carreta para transportá-lo, imaginando que ele vá atender a outro problema da cidade, que é o pessoal que trabalha nas feiras-livres, que tem que ir em um prédio, um bar perto. Às vezes, o pessoal não deixa eles usarem o banheiro. Então, eles ficam das quatro até as duas da manhã – duas da tarde. Então, é um problema e o prefeito se comprometeu a resolver e, então, está trazendo uma solução aqui. Os números também são expressivos. Mesmo levando em conta que esse teste é feito durante o período da feira, que é de manhã. Depois, a carreta tem que levar o banheiro embora. A gente imagina também, na licitação, que um quarto do volume desse tipo de equipamento pedido seja direcionado a PNE, necessidades especiais. Então, o cadeirante também vai poder ter esse tipo de utilização.

Isso foram testes que a gente realizou em campo. Agora, vamos começar a apresentar mais a definição concreta do que se pretende. Coube à São Paulo Urbanismo definir a localização das primeiras unidades. Então, isso foi feito por eles, levando em conta três aspectos: centralidade, os trajetos a pé que a população faz. Porque precisa atender onde a pessoa está. E, também, os parques lineares, equipamento esportivo. Então, isso resultou numa distribuição por toda a cidade, dessas quantidades, em um total de 400 que, inicialmente, serão solicitados, com endereço fixado já, atendendo a essa distribuição. E, aqui, vocês veem que cobre a cidade inteira. No mapinha aqui de São Paulo, a cidade inteira está coberta com os banheiros. Seguindo.

Vamos dar um exemplo aqui. Por exemplo, em uma área densamente utilizada para compras. Localizando aqui, a gente tem o Parque da Luz, a Estação da Luz e tem essa área do Bom Retiro, Mercado, 25 de Março, Gasômetro e Brás. É uma área em que o pessoal vai fazer – é densamente usado para compras, todo mundo sabe disso. Provavelmente as esposas de vocês vão lá, também, não é? É uma coisa terrível.

E, aqui, plotado onde estariam os banheiros desta região. Então, você tem aqui um primeiro círculo de 300 metros e um segundo círculo de 600 metros. E vocês percebem que a distância entre um e outro pode ser muito próxima, 50 metros, 150 metros de um círculo ao outro. Se a pessoa estiver fora desta região, ela vai andar mais 600 metros e ela tem um banheiro à disposição. Obviamente, para cá haverá outros banheiros também. Mas como exemplo, para demonstrar, na área de compras densas, é essa distribuição que atenderá à demanda que lá existe.

Vamos ver um outro exemplo aqui. No Centro Velho, que é a Líbero Badaró, o Largo São Francisco, a Rua Boa Vista. Temos aqui a Praça Patriarca, a Prefeitura está aqui – localizando. Então, aqui é a Rua Boa Vista e a XV de Novembro, densamente utilizadas para bancos, serviços financeiros. Tem um tráfego muito grande aqui. Então, nós vamos ter banheiros nos pontos vermelhos. Aqui, no Largo São Francisco. E aqui é a Praça Dom José Gaspar, onde já tem essa primeira experiência aqui, nessa posição. Vai mudar um pouquinho para cá, é o que se imagina. Na Líbero Badaró e na São Bento, a topografia não atende a colocação de um banheiro. Então, as pessoas têm uma distância próxima, 150 a 200 metros, para poderem ser atendidas.

Um outro exemplo aqui. Aqui, estão dentro do Teatro Municipal; São João com a Ipiranga, famosa. Então, temos aqui, na São João, um banheiro. Na Praça da República aqui, outro banheiro. Aqui, a Barão de Itapetininga. A Sete de Abril aqui, um banheiro. E aqui, a Biblioteca Municipal, como exemplo de localização, visando colocar onde tem as pessoas, onde elas vão, onde elas precisam utilizar. Um comentário aqui, de densidade publicitária. Então, a gente tem algumas cidades aqui. Isso foi apresentado na outra licitação, dos relógios e dos abrigos. Então, para que cidades expressivas, as suas populações e o número de total de faces

publicitárias e abrigos, MUPIs e painéis que eles têm. Então, nós vemos aqui Lisboa, Paris, Barcelona, Viena. Número de faces publicitárias por habitante. Hoje, em São Paulo, 12 milhões de habitantes, a maior cidade da América do Sul. Nós temos abrigos e relógios que portam, hoje, em torno de 6.300 painéis publicitários, o que dá a média de 1.890 por habitante. Quer dizer, é muito pouco. Uma cidade com a importância econômica, com o bombar econômico, a necessidade de comercialização, é muito pouco. Mas vamos colocar mais um número que vai elevar a 7.500. Ainda é muito pouco. Também, atendendo àquela pergunta: “Ah, vai poluir visualmente, de novo?” Não vai acontecer. E a gente demonstra aqui que, perante outras cidades bem desenvolvidas, bem bacanas, elas exploram muito mais a publicidade do que nós estamos fazendo. Então, há uma demanda, é um ativo – volto a repetir – que a Prefeitura tem e ela vai disponibilizar essa coisa rara, que é uma autorização para o mercado publicitário utilizar, para alguma empresa explorar publicidade dentro da Cidade de São Paulo, de novo, o maior mercado da América Latina. Então, a gente entende a Prefeitura está abrindo uma possibilidade de exploração econômica aos empresários que queiram, em contrapartida, prover serviços importantes à população, é interessante.

E a gente espera sensibilizar os publicitários para saberem explorar esse novo hábito que vai ser lançado. Eu vou repetir mais uma vez: O hábito que se tem hoje, a pessoa passa pelo painel. E, aqui, nós vamos criar uma atividade que não existia antes, é nova, onde a pessoa vai para o painel. Ele vai em direção e vai entrar lá dentro e vai usar. Isso é novo. Os publicitários, com muita criatividade, saberão explorar mais do que isso e dar uma utilização nova para os seus meios de comunicação.

Mais detalhes: Aqui nós temos, de novo no mapa, a distribuição dos banheiros cobrindo toda a cidade. Aqui, um detalhe para as feiras-livres. Hoje, na cidade de São Paulo, tem 880 feiras-livres durante o dia. Cada semana – eles trabalham em rodízio, mas todo dia há 150 feiras-livres na Cidade de São Paulo. Quer dizer, é um volume enorme para uma cidade que é muito grande. Os banheiros fixos, assim plotados, já vão atender naturalmente 59, 60 pontos de feiras-livres. Então, o pessoal da feira agora vai ter, próximo, um banheiro fixo. E nós vamos

lançar – vocês vão ver – 100 banheiros móveis. Então, isso vai dar 160 banheiros que vão atender a 150 feiras toda semana. Então, o pessoal que trabalha – é um trabalho duro, não é? Começa às quatro da manhã e vai até duas horas – vai poder ser dignamente assistido. Acaba aquele negócio de pedir favor para os estabelecimentos em volta deixarem entrar. Essa é uma visão.

Outra visão é o seguinte: Nós temos aqui, de novo, os banheiros plotados, cobrindo toda a cidade. E, aqui, onde estão hoje instalados os painéis publicitários. Os abrigos, tem em toda a cidade. Mas os painéis estão aqui, concentrados no centro econômico. É um buraco negro, o pessoal vai lá mesmo. E a gente, agora, vai colocar pontos onde visivelmente tem interesse publicitário, a Região de Tatuapé, Zona Leste, outros pontos aqui, que estão desassistidos hoje. Então, a Prefeitura está induzindo a plotar ou induzindo o nascimento de publicidade para o pessoal desassistido. A gente houve muito – nas audiências nós ouvimos isso – o pessoal dos mercados reclamando que tem cinco, seis estabelecimentos, supermercados regionais e não tem onde fazer publicidade. Porque ele está em uma ponta lá, que tem mercado, ele é um ativo, agente econômico daquela região dele, ele não quer anunciar na Avenida Paulista, porque o público dele não está lá. O público está na região. Então, se imagina que há espaço para propagandas regionais, um outro tipo de abordagem onde a padaria, que é um ponto de atração na região do bairro dele, ele vai querer ter em um painel o anúncio dele. Mas ele não quer pagar na Avenida Faria Lima, um preço mais caro. Então, a gente imagina, a gente está cobrando isso dos atuais *players*, uma exploração maior da autorização que ele tem da Prefeitura, porque vai gerar, olhando do nosso lado, mais impostos, não é? Tem o ISS, a gente vai recolher mais. Mas quer que o pessoal também fature mais, cresça mais, e deixe mais densidade econômica para a atividade onde eles já estão imersos.

Falar um pouquinho, agora, do detalhe do edital. Ele vai ser do tipo melhor proposta, em razão da combinação de maior oferta de outorga da concessão e de melhor técnica, privilegiando o plano de manutenção – porque o banheiro é muito sensível à manutenção. Não adianta passar uma vez por dia, lá, obviamente, vai deteriorar o banheiro. E o plano de exploração publicitária, que é exatamente o que eu estou falando. Qual é a ideia? Vamos agitar mais isso aí.

Ela vai ser aberta para uma empresa isolada ou consórcio de empresas. Porque a gente vê aqui que especialidades muito diferenciadas para poder bem explorar, não é? Alguém que cuide da instalação, alguém que cuida da manutenção, alguém que cuida da área publicitária. Pode ter tudo em uma empresa só, mas sugere que, talvez, um consórcio ocupe melhor esses espaços de atividades. E a gente vai imaginar que tenha a criação de uma empresa de propósito específico, para fazer só isso e não se confunda com outras atividades que ela porventura já tenha.

Será um lote único, banheiros fixos e banheiros móveis, uma concessão de 25 anos. A gente imagina o seguinte: Perdão. Volta lá. Aqui, a gente dá uma repassada, então, para quem perdeu alguma coisa. São 400 banheiros fixos com endereços pré-definidos conforme eu já comentei. Então, é naquele lugar específico. E eu esqueci de comentar, naquele formato que vocês veem, ele já tem o tamanho suficiente para ter o atendimento de cadeirantes, de pessoas com deficiência, de dificuldade de locomoção. Isso facilitará o trabalho industrial, porque é um modelo só. Não vai ter um banheiro feminino, um banheiro masculino, um banheiro para cadeirante. É um modelo só. Então, sai em linha de produção que atenda a todos esses pré-requisitos. E serão 400, em endereços definidos. E, após, mais 100 que o próprio concessionário vai sugerir, pela experiência que ele adquiriu, vai indicar pontos para a aprovação do poder concedente e falar: “OK, eu estou de acordo aqui. É um bom lugar.” Então, estamos falando em 500 banheiros fixos e 100 banheiros móveis. Então, para atender feiras-livres neste horário aqui e, depois, ele continua trabalhando, explorando rendas acessórias. Ele tem autorização de portar publicidade, ele vai ter o compromisso com a Prefeitura de estar nas feiras em rodízio neste horário e, depois, ele é livre para a utilização que ele tenha. Só lembrando que a Lei Cidade Limpa proíbe o trânsito com publicidade. Então, no deslocamento, ele tem que apagar painel, cobrir o painel, ele não pode circular com publicidade. Aí, ele parou, ele pode exercer a autorização que ele tem de fazer publicidade. Um quarto desses banheiros deverá ser destinado a cadeirantes – dos móveis.

Imagina-se um prazo de instalação de oito meses para os 400 sanitários fixos; depois, mais quatro meses para aqueles 100 – que vai ter a apresentação de sugestão de local que a Prefeitura vai topou ou não. E 12 meses para os móveis. Publicidade, são duas faces publicitárias de dois metros cada, por sanitário fixo. A mesma coisa para o sanitário móvel. E, como eu comentei, em movimento ele não pode ter a exibição da publicidade. Ele vai, para, exibe. Andou, ele tem que parar.

- Terá que estar fixa. No móvel, não vai poder botar do lado, a publicidade. Tem que estar no corpo, essa publicidade.

Paulo Santoro - Sim. Essa faces publicitárias têm que estar incorporadas ao mobiliário. Não se imagina por o mobiliário aqui e, lá, a 100 metros, um painel. Esse é outro tipo de publicidade, é o MUB, não é? Aqui, não. Ele está integrado ao equipamento.

O que virá em seguida? Nós vamos colher comentários, sugestões. E, aí, vai ser publicado o edital e abre a consulta pública, que são esclarecimentos do edital que estarão definidos, já. Depois, vai se abrir a licitação, o julgamento de propostas, a assinatura do contrato e se inicia a implantação do mobiliário. A gente imagina que isso deve ocorrer até abril, esse ciclo todo dando certo.

Então, mais uma palavra? Obrigado. A gente encerra a apresentação e abre, então, conforme o nosso presidente Vitor Aly falou, o espaço para vocês se manifestarem de duas formas: Uma, por escrito, vocês podem – por favor, o nome, a empresa que eventualmente vocês representam. E façam a pergunta que vocês tenham eventualmente. Podem fazer isso por escrito. Então, nós vamos receber as perguntas. Ou pode se manifestar, “eu quero falar”, então pode falar, fazer seu comentário, fazer sua pergunta, que também será anotada e vai ser depois respondida. Isto aqui é uma apresentação pública, uma audiência pública, não é um debate. Então, a gente vai recolher as perguntas e será respondida no *Diário Oficial*, em um prazo de sete dias, antes da publicação do edital, evidentemente. E o pessoal está atendendo aí, não é?

- Tem um rapaz também, lá fundo, pediu a palavra, é em seguida. Se o senhor puder se identificar, o nome.

Richard Marcelo Romero - Bom dia. Meu nome é o licenciado Richard Marcelo Romero. Eu sou monge eremita da Santa Igreja Católica. Eu estou fazendo uma reportagem. A minha preocupação – eu sei que vocês estão fazendo uma coisa muito criativa e quero, primeiramente, dar felicitações a vocês, que estão fazendo um trabalho maravilhoso e quero agradecer por esta oportunidade que vocês me dão para poder falar. Eu estou fazendo uma pequena reportagem ligada aos templos católicos. E vou fazer um resumo, para não cansar vocês, em três minutinhos, tudo o que eu já fiz a pesquisa jornalística. Eu sou formado, eu sou licenciado em Ciências da Comunicação Social, sei da parte de publicidade e sei também da parte jornalística investigativa. Aqui, no Largo Paissandu, temos um templo, que é de Nossa Senhora do Rosário. Eu fiz uma estatística rápida. Mais de 40 pessoas, nos horários de pico, fazem suas necessidades fisiológicas no templo do Largo Paissandu. Para nós, como católicos, é uma ofensa muito grave, como religiosos. E para essa oportunidade, é uma oportunidade bonita, de um banheiro sugerido, que quero deixar aqui, frente à Galeria do Rock, que tem um monte de juventude, podia ser um lugar também para as empresas de publicidade, uma oportunidade para chegar à juventude, não é?

- Ele vai responder.

Richard Marcelo Romero - Com um banheiro sugerido aí. Não tem problema. Agora, o que eu pesquisei e quero dar para conhecimento de vocês, que são as pessoas que vão fazer esse trabalho maravilhoso, eu tenho entrevistas de pessoas, da experiência que vocês fizeram no Largo do Arouche, eu fiz um segmento lá e consegui uma pessoa – não sei se é verdade, mas ela falou, ante minhas câmeras, que ele fez sexo oral dentro do banheiro e que eles entravam de noite para fazer isso. Nós, como católicos, não vamos aceitar isso que aconteça a metros de um templo católico, porque isso é um ato de profanação, um ato terrível. Então, o que eu quero desejar para vocês, nesse projeto maravilhoso, como eu já falei que é um projeto muito bom, que vai dar uma solução muito grande, que está precisando a Cidade de São Paulo e que tem alguma segurança para ficar de noite, não ter o vandalismo, um. E, outro, para ver o que se pode fazer, se fecha o banheiro, pode ser às 20 horas, ou não sei a que horas vai fechar. Mas os

moradores de rua, que tem um monte também, aqui, vão continuar fazendo suas necessidades no templo e amanhecendo outra vez esse fedor – com muito respeito – porque chega até a recepção daqui, da Galeria Olido. Eu já falei com as moças daqui, da recepção e elas falaram: “Estamos cansadas porque, às vezes, o vento está trazendo esse fedor.” Aqui, até o próprio prédio de vocês. Só era isso, uma sugestão para vocês.

- Obrigado.

- Muito obrigado. O rapaz lá, no fundo, pediu a palavra.

Conrado - Todos escutam? Meu nome é Conrado, da empresa All Space. Na verdade, eu tenho algumas perguntas, eu farei por escrito. Mas tem uma informação, na apresentação, que eu não sei se eu li corretamente, que é a questão de faces por habitantes. Não sei se o senhor poderia voltar no eslaide, uma questão de simples matemática, de multiplicação. Ali, em São Paulo, estamos vendo 6.500 abrigos, estamos vendo 1.000 relógios. Então, a gente pode imaginar que são 7.500 equipamentos. Cada equipamento possui duas faces. Assim, portanto, seriam 14.000 faces. Está correto o meu entendimento? E não 6.300?

- Poderiam ser. Não necessariamente todos os equipamentos têm face publicitária. Você já deve ter passado em abrigos que não têm a face publicitária. Por isso, o número de faces é menor. Não é todo abrigo que porta dois painéis. Poderiam ter, ele tem autorização para fazê-lo e não o fizeram ainda. Por isso, é o número verificado. OK?

Humberto - Posso fazer uma pergunta? Eu vou me identificar. Humberto, da Shempo, Sistemas de Comunicação, empresa de mobiliário urbano, explora publicidade no interior de São Paulo. A colocação é o seguinte: Não necessariamente – é o meu ponto de vista, não é? É para colocar o ponto de vista aqui, não é? Eu tenho liberdade de falar. Eu acho que associar a mídia ao objeto, aí, não me parece uma situação muito legal. O frei aí falou da praça aqui na frente, que pode receber, talvez seja premiada com um sanitário. Não é um lugar muito bom para a mídia. Eu acho que não é. Não seria da minha preferência. Existe, embora vocês planejaram já em obedecer a standardização de mídia que existe. Nós sabemos que o relógio digital é dois metros quadrados, nós sabemos que o abrigo

do ônibus ostenta um luminoso de calçada de dois metros quadrados, que é o que as agências compram: dois metros quadrados. Agora, para a agência, importa sim, onde esse objeto está. Em que pese o fato do seu argumento, de que as pessoas acessam o banheiro e tudo o mais, é legal, você está defendendo o seu ponto de vista. Sob a ótica publicitária, o cara de mídia não quer saber do cara que vai para o banheiro. Ele quer saber se o painel dele tem uma visibilidade com um público-alvo dele grande. E o público-alvo dele eu tenho certeza de que não é esse cara que está na praça, aqui na frente. Então, uma das possibilidades de se obter sucesso nessa empreitada seria dissociar as faces do equipamento. Eu sei que isso talvez enverede por um outro trabalho, locando mais espaço. Podem até essas faces estarem na periferia. Porque eu também concordo com o seu ponto de vista que a padaria e o comércio varejinho lá precisa de mídia. Só que, ele precisa de mídia a um preço muito mais barato do que, hoje, um relógio digital, principalmente, oferece. A face do relógio digital de São Paulo é tremendamente alta. Nenhum outro lugar do Brasil a gente consegue o valor de face que consegue o relógio digital. E no banheiro não vai ser diferente, o valor de face vai ser muito menor.

Com um banheiro desse tipo, nós estamos falando em investimento mínimo, mínimo, de 50, 70 mil reais em um equipamento desse. Eu tenho um protótipo de equipamento semelhante a esse, com *design* diferente. Existe a possibilidade de adequá-lo ao *design*, à funcionalidade. Mas 70 paus, duas caras? Um relógio digital custa 20. Um abrigo custa 18, que é a mesma quantidade de caras. Como é que eu vou equilibrar isso aí com 25? Precisa de 50 anos para equilibrar isso. Então, eu acho, pessoal, que a ideia é boa, a ação é legal. Socialmente, é assim, integradora, a cidade precisa desse elemento. Só que, eu acho que, economicamente, vai ser difícil. Mesmo que se permita – que não foi falado aqui – cobrar pelo uso do banheiro, para fazer uma pré-seleção de usabilidade, como se faz no mundo inteiro. Eu acredito que vocês fizeram um passeio pelo mundo inteiro, vendo onde tem banheiro.

A outra coisa também, que eu tenho conhecimento vasto disso, me desculpem, mas em vários países da Europa eles resolveram o problema seccionando. Eles têm um sanitário para o homem. Pode ser que o nome não seja

muito bonito e tal, mas lá, em Amsterdã, é urinol. Está escrito urinol, lá, certo? E o homem faz a necessidade dele de pé. Legal. Até é bem legal, porque na verdade, a gente vê, em termos de usabilidade, o homem requer e ele suja mais. O homem urina em qualquer lugar, infelizmente, esse ser sem consciência faz isso. Vai no carnaval, no Rio, você vê como é que ficam cheirando as ruas. Então, existia a possibilidade de se bipartir. Não foi pensado isso. É uma pena que não se explorou essa possibilidade de fazer um extremamente usado – menor, muito mais conciso, muito menor e com maior número. E o outro sanitário que uma mulher possa usar. Ela, sim, necessita de conforto, necessita sentar, necessita ter o papel, tudo isso dá para reconhecer. Então, embora a iniciativa seja louvável, eu acho que ela deixou de explorar uns fatores que podem determinar o equilíbrio na aplicabilidade ou na implantação do conceito na cidade. Está certo? É o meu ponto de vista. Obrigado.

- Obrigado pelas considerações. Mais alguém deseja se manifestar de forma oral?

Humberto Pereira - É só um comentário também.

- Por favor, você pode se identificar? Nome e empresa.

Humberto Pereira - Desculpe. É Humberto Pereira, da empresa Clear Channel. Na verdade, a primeira ponderação é baseada nesse mesmo comentário do Humberto, da Shempo, que é a validade da face publicitária. Eu acho que é um investimento alto e as faces, aparentemente, pelo primeiro momento que a gente visualizou aqui, não tem uma grande atratividade publicitária. Então, eu acho que talvez valha um estudo dessa validade dessa face publicitária. E um estudo de dissociação da face publicitária, sim, os investimentos no sanitário sim, seriam válidos, mas que pudesse ser explorada alguma outra contrapartida publicitária dissociada dessa face publicitária que está atrelada ao próprio sanitário. Então, essa seria a primeira ponderação junto com o mesmo comentário que apresentou o Humberto.

O segundo outro ponto aqui, que seriam algumas perguntas, seria primeiro se existiria a possibilidade de cobrança ou se seria sanitário gratuito. E o segundo aspecto que eu coloco aqui, seria muito mais do ponto de vista prático. A experiência técnica. Quando for ter a licitação, é necessária demonstração de alguma

experiência técnica, ou não? Porque eu acredito que, hoje, a gente não tem muito desses tipos de mobiliário. Existe o sanitário público que a gente vê aqui, no Brasil, muito mais nesses sanitários móveis, esses de festa, coisa bem mais simples. Então, eu não sei como vai ser a questão da experiência técnica para a participação dentro da licitação. E, por último, só o questionamento que a gente falou, desse módulo, desse aparelho móvel, desse sanitário móvel, e entender que ele não pode circular com a publicidade. Mas muitas vezes, a publicidade já vai vir – não vai ser uma publicidade digital, não tem como eu desligar. É uma publicidade que vai estar lá, estampada. Então, o carro vai estar lá, com o cartaz de algum patrocinador. Como então eu trataria essa questão, porque não vai ser uma publicidade digital e, eventualmente, eu vou trabalhar com um painel que vai estar rodando, já vai estar adesivado com o meu cliente, que vai comprar esse aparelho desse sanitário móvel. Então, também como seria o tratamento dessa questão. Porque, aí, traria uma complexidade que eu teria que colocar a publicidade na hora em que eu chegasse lá, na feira, ou no local em que ele tivesse sido deslocado e que também geraria uma complexidade. Então, se valeria um estudo sobre a possibilidade dos sanitários móveis eventualmente, se não for um sanitário digital e, sim, uma publicidade estampada ou um *scrolling*, seja a forma que for feito, que ele possa transitar já com essa publicidade inserida.

- Obrigado. Mais alguém que gostaria de se manifestar de forma oral? De forma escrita também, para o pessoal, podem entregar à Simone, à Luciana também. Entendemos que podemos então dar por encerrada esta sessão de audiência pública. Conforme noticiado no início desta sessão, todos os questionamentos, todas as sugestões serão objeto de respostas. A gente espera estar publicando no *Diário Oficial* em até sete dias. E, posteriormente, a gente abre a consulta do edital ao público, para que eles opinem e façam sugestão, para a gente melhorar o pleito aí, a licitação, de forma que ela consiga contemplar os desejos e os interesses da administração e também do mercado. Agradeço a todos a presença, um bom dia a todos e até a próxima. Está encerrada a sessão.

FIM