

sao-paulo.estadao.com.br

Metrô de SP pretende conceder 'naming rights' de estações por 20 anos

Priscila Mengue

3-4 minutes

Priscila Mengue, O Estado de S.Paulo

19 de fevereiro de 2021 | 11h31

O [Metrô de São Paulo](#) pretende lançar uma [concessão](#) dos direitos de nomeação — os chamados “**naming rights**” — das estações da capital paulista por 20 anos. A proposta prevê que os espaços recebam um nome adicional de um produto ou marca, semelhante ao que ocorre em estádios de futebol, teatros e outros espaços privados do País.

Com a mudança, o nome adicional aparecerá abaixo do original (com metade do tamanho) nas placas, nos totens indicativos e em outros elementos de comunicação visual, que também receberão a logomarca do produto ou da marca. No caso da logomarca, a dimensão proposta é de 28,5 cm x 28,5 cm ou 28,5 cm x 57 cm nos totens e de 30 cm x 30 cm ou 30 cm x 60 cm nas placas de acessos.

A proposta é inspirada em exemplos de Nova York, Dubai, Mumbai e Kuala Lumpur. Neste ano, a concessionária carioca Metrô Rio também adotou a medida, com a renomeação de uma estação para Botafogo/Coca-Cola.

Em documento enviado à **Comissão de Proteção à Paisagem Urbana (CPPU)**, o diretor-presidente do Metrô, Silvani Pereira, diz

que a companhia estadual tem a "necessidade" de "maximização da arrecadação não tarifária extremada após o advento da pandemia", que teria causado queda na arrecadação. No texto, informa ainda que a concessão poderá ser prorrogada por mais de 20 anos.

Para ir adiante, a proposta dependia de autorização da CPPU, que analisa a veiculação de anúncios e marcas em espaços públicos da cidade a partir especialmente da [Lei Cidade Limpa](#), o que ocorreu em 10 de fevereiro, com sete votos favoráveis e três abstenções. O conselho também chegou a discutir a possibilidade de limitar o número de estações com naming rights, mas a proposta teve maioria contrária.

“O primeiro elemento (adição de nome com mesma tipologia) apresenta-se com baixo potencial de interferência na paisagem, já a inserção do logo deverá ser mais percebida, com maior potencial de causar ruídos na comunicação visual, podendo eventualmente rivalizar com a denominação original e/ou com o próprio logo do Metrô”, aponta avaliação técnica da equipe de Paisagem Urbana da São Paulo Urbanismo.

“Ainda que a concessão dos direitos de nomeação (“Naming Rights”) das estações do sistema metroviário de São Paulo possa causar algum grau de interferência na identidade visual do Metrô, não identificamos que tais interferências se caracterizam como contrárias ao conjunto de objetivos e diretrizes de ordenação da paisagem urbana na Cidade de São Paulo conforme expresso na legislação vigente, à luz inclusive dos potenciais benefícios que possam advir da concessão”, conclui.

Os comentários são exclusivos para assinantes do Estadão.