

QUEM RECEBEU?

Petrobras afirma que aplicou quantias acima de R\$ 100 milhões em patrocínio nos últimos dois anos, mas não foi via edital público.

“Cuidado que ronca, criação de 20 poemas que virarão músicas e serão lançados em um livro/cd no ano de 2012 na cidade de Porto Alegre, tendo distribuição nacional. O conteúdo produzido (tanto os poemas quanto as canções) estará disponível na internet, no site do grupo e/ou em site estabelecido pela Petrobras, já que o projeto foi aprovado no edital Programa Petrobrás Cultural – Edição 2010”. Esse é o descritivo do único projeto, com essas datas mesmo, que a Petrobras patrocinou em 2015 até agora, no valor de R\$ 21.600,00. Essa ação conseguiu captar R\$ 54 mil no total e o restante (R\$ 32.400,00) foi depositado pela própria Petrobras em... 2011.

Mas esse valor ridículo (para se comentar só sobre valor) aplicado por quem foi a maior patrocinadora de cultura por quase 20 anos, é a décima parte de 2014 – o pior de atuação da empresa, via lei Rouanet, desde 1994 – quando conseguiu patrocinar 22 projetos com a utilização de apenas R\$ 2,1 milhões.

Desses 22 projetos, apenas sete obtiveram verba acima de R\$ 100 mil – os outros captaram da empresa, em média, de R\$ 30 a R\$ 60 mil. Maior exceção foi o *Revelando os Brasis Ano V*, outro projeto antigo, mas bancado exclusivamente pela Petrobras. Ela destinou para essa

ação R\$ 360 mil em 2012 e R\$ 540 mil em 2014. Trata-se de uma proposta de oficinas audiovisuais para 40 moradores de municípios de até 20 mil habitantes, cujo proponente é o Instituto Marlin Azul.

Em nota publicada em abril pela coluna de Mônica Bergamo, no portal UOL, a assessoria da Petrobras informou que a empresa “continua patrocinando projetos culturais em todo o Brasil através de recursos próprios e via ICMS nos Estados de SP, Rio, Minas, Rio Grande do Sul e Ceará”. Declarou ter destinado em patrocínios R\$ 184 milhões em 2012, R\$ 121 milhões em 2013 e R\$ 125,8 milhões em 2014. Em benefícios fiscais, por meio do ICMS, foram R\$ 19,8 milhões (2012), R\$ 26 milhões (2013) e R\$ 25 milhões (2014).

MAIOR - A lei Rouanet é o incentivo que mais oferece margem de investimento utilizando renúncia fiscal. Não há outro maior que ele. Se a empresa afirma que em 2014 destinou em patrocínios R\$ 123 milhões e, em 2014, R\$ 125,8 milhões, sendo que somente R\$ 26 milhões e R\$ 25 milhões, respectivamente, por meio do ICMS, quando os dados do Ministério da Cultura indicam que a Petrobras aplicou, anualmente, somente R\$ 21 milhões por aquela lei nesse período, isso significa que todo



o restante foi feito através de aplicação direta, fora dos editais públicos. Pra quem? Somente alguns sabem.

Rei morto. Rei posto. Agora quem dá bola é o BNDES, o novo líder do patrocínio com dinheiro público. E não com pouco. Quando, nos últimos anos, a aplicação em cultura incentivada esteve em queda, a empresa fechou 2014 com R\$ 54 milhões e agora já lidera a lista com quase R\$ 12 milhões já depositados. Em geral os grandes incentivadores são sempre os mesmos e de novidade apenas a Samsung, que está consolidando sua posição entre eles (foi a nona colocada no ranking do ano, com R\$ 16 milhões em patrocínio). De diferente, em relação ao período anterior, foi o espectro maior de projetos apoiados. Essa empresa de tecnologia ficou apenas uma posição acima da Caixa Econômica Federal, que já é a maior patrocinadora do esporte, mesmo sem lei de incentivo.

Mas a Petrobras continua insistindo em seu website: “Seleção Pública Petrobras Cultural Nacional – 2015, aguarde!”.