

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ FEDERAL DA 13ª
VARA FEDERAL DA SEÇÃO JUDICIÁRIA DE CURITIBA (PR)**

Processo n.º 5019501-27.2015.4.04.7000

EDITORA GRÁFICA ATITUDE LTDA.,

nos autos da *ação penal* em epígrafe, vem, por suas procuradoras, respeitosamente à presença de Vossa Excelência para expor e requerer o que segue:

No último dia 29 de junho, ouviram-se nos autos da *carta precatória* n.º 0007120-34.2015.403.6181 testemunhas de acusação vinculadas à peticionária, comprometendo-se a testemunha JUVÂNDIA MOREIRA LEITE a apresentar documentos que comprovassem a prestação de serviços por parte da EDITORA ATITUDE a empresas pertencentes ao empresário AUGUSTO RIBEIRO DE MENDONÇA NETO no âmbito de contratos de conteúdo patrocinado.

Importante, neste passo, esclarecer e contextualizar a prestação dos serviços ora documentados.

Desenvolvido com o objetivo de ampliar as fontes de receita para veículos de comunicação, vem ganhando este tipo de contratação cada vez mais espaço na imprensa nacional, atraindo empresas

.2.

interessadas na publicação de matérias que possam, de maneira mais indireta, fortalecer suas marcas. Em vez de anunciarem, simplesmente, produtos que pretendem inserir no mercado, patrocinam essas empresas matérias jornalísticas que trazem benefícios por via colateral.

Esse novo método, que hoje se estende ao jornalismo tradicional, tem sido objeto de muitas análises, anexando-se nessa oportunidade, com o fim de ilustrar em que consiste, matérias que tratam do assunto e explicam a natureza do vínculo que se estabeleceu nos contratos firmados pela EDITORA ATITUDE com as empresas de AUGUSTO MENDONÇA (doc. 01).

Pois bem.

A EDITORA ATITUDE foi criada há quase dez anos e é, hoje, responsável pela veiculação de conteúdo jornalístico na REDE BRASIL ATUAL,¹ que desde 2006 vem divulgando matérias de interesse da classe trabalhadora (doc. 02).

Em abril de 2010, a EDITORA ATITUDE foi contratada por AUGUSTO MENDONÇA com o fim de veicular “*conteúdo noticioso e opinativo sobre temas relacionados com o desenvolvimento e proteção da indústria nacional no Brasil, no tocante à área de extração de petróleo e na conversão em seus derivados*”, objeto que, de um lado, guardava bastante afinidade com a proposta de suas publicações e, de outro, servia para fomentar ambiente mais favorável à área de atuação do contratante.

¹ A publicação inclui jornais, revistas e conteúdo disponibilizado em portal eletrônico (<http://www.redebrasilatual.com.br/>).

.3.

Assim é que, com a entrada em vigor do contrato, passou a EDITORA ATITUDE a publicar uma série de matérias que tratavam da extração de petróleo e derivados, passando a divulgar temas que antes representavam parcela bastante reduzida de suas publicações.

Na vigência do primeiro contrato, por exemplo, foram publicadas mais de trinta matérias sobre temas relacionados com as atividades do grupo empresarial de AUGUSTO MENDONÇA (doc. 03), realizando-se número análogo de divulgações quando da segunda contratação (doc. 04).

Foram, pois, integralmente cumpridos os contratos firmados pela EDITORA ATITUDE.

Requer-se, desse modo, a juntada do material que demonstra a efetiva prestação dos serviços contratados, colocando-se a empresa peticionária à inteira disposição deste MM. Juízo para qualquer esclarecimento complementar eventualmente necessário.

Termos em que, **requerendo ainda a juntada do anexo instrumento de mandato (doc. 05), bem sua habilitação como interessada nos autos da ação penal n.º 5019501-27.2015.4.04.7000,**

Pede deferimento.

São Paulo, 13 de julho de 2015



Sônia Cochrane Rão
OAB/SP – 80.843



Natasha do Lago
OAB/SP – 328.992

JORNALISMO PATROCINADO
CONTEÚDO PATROCINADO
JORNALISMO NATIVO
PUBLICIDADE NATIVA
BRANDED CONTENTS
JORNALISMO PATROCINADO

**A ATUALIDADE, O CRESCIMENTO, A EFICÁCIA
E AS DIFERENÇAS COM PUBLICIDADE,
INFORME PUBLICITÁRIO E MERCHANDISING**



Observatório da Imprensa

Você nunca mais vai ler jornal do mesmo jeito

Alma à venda?

Por Ricardo Miotto em 16/03/2015 na edição 842

Reproduzido da Revista de Jornalismo ESPM nº 12 (janeiro, fevereiro e março de 2015).



Há todo tipo de nome para o formato. Alguns mais diretos, como “conteúdo patrocinado”, outros mais obscuros, como “publicidade nativa”, ou até mais “gourmet”, como “branded journalism” (algo como “jornalismo de marcas”, traduzindo livremente).

Batize a criança como quiser. O ponto é que essa onda ganhou tamanho de um ano para cá, quando o *New York Times* passou a aceitar que

empresas pagassem pela publicação online de determinadas pautas que, como gostam de dizer seus departamentos de marketing, “agregam valor” às suas marcas. Entre os anunciantes, estão Dell, Netflix, Shell, Google e United Airlines.

Não se trata do elogio puro e direto do produto, como “veja por que os produtos da Dell são os melhores”. A reportagem feita para a Dell tratava de carreiras em empresas de tecnologia. A do Netflix, da rotina em presídios femininos – a empresa de vídeos pela internet estava lançando uma nova temporada da série *Orange Is the New Black*, ambientada em um deles.

Em tese, é importante que o material tenha interesse jornalístico. Um bom teste de qualidade é submeter o conteúdo à seguinte pergunta: publicaríamos algo assim mesmo sem o patrocínio? O *New York Times* esteve perto de derrubar o sarrafo algumas vezes. O conteúdo patrocinado pela United, sobre a história da participação americana em Olimpíadas, certamente um tema relevante, apresenta um incômodo subtítulo muito mais publicitário do que jornalístico: “Há 30 anos, a United apoia os atletas americanos na sua jornada”. De maneira geral, porém, percebe-se certo esforço no sentido de manter a compostura – ou, diriam alguns, de “não vender a alma”.

Impressiona também a transparência adotada pelo jornal ao colocar todo o conteúdo patrocinado sob um aviso que diz, sem rodeios, “paid post” (“notícia paga”, em tradução livre). A tradição na internet, onde os blogs já fazem isso há muito tempo, é usar eufemismos como “material publiteditorial” ou “conteúdo apoiado por tal empresa”.

Os anunciantes parecem ter gostado do resultado, e logo outros jornais estrangeiros de peso perceberam a oportunidade de ampliar suas receitas por aí e adotaram a publicidade nativa. Os dois principais exemplos são o *Wall Street Journal* e o *Guardian*, que seguiram o *New York Times*. As reportagens são produzidas por jornalistas ligados aos veículos, observando os próprios padrões de qualidade editorial, mas foram montadas equipes separadas do resto da redação, dedicadas exclusivamente ao conteúdo pago.

No Brasil, os veículos flertam com tal modelo, mas de maneira um pouco cambaleante. O *Estado de S. Paulo*, por exemplo, aceita que empresas patrocinem conteúdo no seu site, mas o material publicado com frequência tem cara de release de relações públicas. Uma matéria paga pela Epson, por exemplo, tinha como título “Epson leva impressoras para lugares remotos e prova conveniência da Ecotank [uma linha de produtos da empresa]”.

Além disso, os veículos brasileiros há muito tempo publicam material com aspecto jornalístico em páginas e até cadernos especiais sob o aviso “informe publicitário”. Quase sempre, porém, o conteúdo não tem grande relevância jornalística; com frequência os textos são mal escritos. As supostas reportagens destoam tanto do resto do jornal em tom, cuidado gráfico e padronização que o leitor fica involuntariamente protegido de

qualquer risco de confusão. A pergunta, porém, é esta: e se esses textos passassem a ser produzidos por bons jornalistas, com experiência e talento em reportagem e edição, como propõem os defensores da publicidade nativa? Mais do que isso: quantos de nós, premidos antes de tudo pela necessidade de pagar as contas, deixaríamos de aceitar convites financeiramente vantajosos para produzir pautas de interesse corporativo?

Em desacordo

A discórdia precisa ser dividida em dois pontos. Número um: é aceitável que empresas utilizem técnicas jornalísticas – reportagens, em resumo – para fortalecer suas marcas? Número dois: devem os jornais, devidamente remunerados, aceitar o encargo de produzir e publicar tais conteúdos?

A resposta para a primeira pergunta parece mais fácil. A técnica jornalística não é nem deve ser propriedade de ninguém. Se há alguma esperança para o futuro dessa profissão, aliás, ela reside justamente no fato de acreditarmos que as ferramentas do jornalismo – apuração ampla; redação clara, equilibrada e saborosa; edição cuidadosa e voltada para o leitor – são úteis para a sociedade. Se uma grande corporação quiser contratar uma equipe de bons jornalistas para editar conteúdos que valorizem sua marca, o que há para questionar? Pode até soar estranho ouvir alguém dizer que é “repórter do Itaú” ou “editor da Ambev”, mas a existência de tais vagas em corporações abastadas não deixa de ser um alívio para os profissionais da nossa combatida área. Além disso, não é de hoje que grandes empresas e assessorias de comunicação contratam jornalistas experientes e talentosos, embora atualmente mais para funções de assessoria de imprensa do que de reportagem. A existência potencial de um mercado de “jornalismo empresarial”, por mais que tal expressão possa assustar ou ofender os colegas mais críticos ao mercado, em nada afeta a existência dos jornais como conhecemos e gostamos.

A segunda pergunta é mais complicada. A crítica mais comum é que, ao aceitar que corporações paguem por reportagens sobre temas do seu interesse, ainda que as redações se permitam recusar qualquer coisa que soe publicidade, estaríamos criando um estímulo à “overcobertura” de temas com interesse econômico. No outro extremo, os jornais seriam estimulados a deixar de lado assuntos que ninguém quer patrocinar, como sistema público de saúde, a vida dos miseráveis, violência policial na periferia, falcaturas no governo e tantos outros. Assim como há hoje as “doenças negligenciadas”, aquelas que não interessam à indústria farmacêutica porque não têm potencial de trazer lucro, surgiriam as “pautas negligenciadas”.

Tal argumento desconsidera, porém, que o novo bolo de receitas obtido com o jornalismo patrocinado serviria justamente para salvar tal cobertura de temas que ninguém quer patrocinar. É preciso levar em conta que o que se cobra de um patrocinador por uma reportagem sobre um tema que valoriza sua marca é muito mais do que o custo bruto de fazer aquele material específico. Há um “superávit”, digamos, que os veículos podem realocar para reforçar sua produção tradicional, inclusive com a contratação de mais jornalistas investigativos. A inocente pauta da Dell sobre carreiras em empresas de tecnologia, assim, poderia estar financiando manchetes sobre o mais novo caso de corrupção em determinado ministério ou estatal.

Considerando-se que exista um núcleo de produção de conteúdo patrocinado separado do resto da redação, tal departamento, altamente superavitário, estaria na verdade financiando bom jornalismo político, econômico ou policial, por exemplo. E, como sabemos, bom jornalismo custa caro. Se os jornais morrerem por falta de dinheiro, ficaremos sem nenhuma pauta, patrocinada ou não. Muitos jornalistas, talvez em função de uma visão idealizada do mundo e da profissão, tentam ignorar que jornais são empresas. Se o modelo de negócio naufraga, acaba a brincadeira.

Senso comum

Outra crítica comum é que a existência de publicidade nativa minaria a credibilidade dos jornais, coisa que é, de fato, seu maior ativo. É batido dizer que confiança é algo que se demora para conquistar e que se perde rápido, mas a experiência mostra que, neste caso, o senso comum não está errado.

Não me parece, porém, que a mera existência de patrocinadores assustará os leitores. Ao contrário de muitos de nós, jornalistas, nada indica que eles apresentem essa ojeriza ao mundo empresarial, como se logomarcas contaminassem de maneira tóxica qualquer lugar onde forem colocadas. O que de fato pode causar perda de credibilidade é a impressão de que determinado jornal está fazendo promoção de determinada empresa por ela estar pagando. A experiência do *New York Times*, como mostrei, aponta ser possível fazer publicidade nativa sem que o tom seja de “pagou, levou”. Anda-se sempre na corda bamba, porém – a tentação de

curto prazo é ser mais flexível com as pautas, bombando o faturamento do trimestre, enquanto o interesse de longo prazo, obviamente, é manter a confiança do leitor na isenção do jornal.

Dessa maneira, a recomendação mais importante me parece ser esta: que qualquer veículo, antes de embarcar na publicidade nativa, ponha no papel seus mandamentos para o modelo. Eles devem, depois, ser tratados com devoção religiosa. Seria, basicamente, uma lista de "o que fazemos e o que não fazemos". Um exemplo: aceitamos patrocínio para pautas selecionadas, sobre temas de relevância jornalística que, em função do interesse gerado, possam valorizar uma marca que venha a ser exposta junto a elas. (Os jornais já fazem isso há bastante tempo, por exemplo, com cadernos especiais temáticos.) Não vamos, porém, fazer publicidade nem relações públicas: não aceitaremos pautas que objetivem meramente divulgar produtos, destacar seus pontos positivos ou mostrar como são incríveis as ações sociais de uma empresa. Ninguém nega que as empresas gostariam – e gastam cada vez mais dinheiro em busca disso – de influenciar o noticiário a seu favor. Os jornais, porém, podem determinar as regras desse jogo. Ter transparência quanto a essa "doutrina" faz determinada publicação ganhar pontos tanto com o mercado publicitário quanto com os leitores.

O que não podemos é, em tempos de crise do financiamento do jornalismo, deixar de discutir novas fontes potenciais de receita.

Terça-feira, 07 de Julho de 2015 | ISSN 1519-7670 - Ano 19 - nº858

Observatório Seções OI na TV Vídeos OI OI no Rádio Blogs OI Serviços Contato

 **Observatório da Imprensa**
Você nunca mais vai ler jornal do mesmo jeito

Edição nº 858 | Edição nº 857 | Edição nº 856 | Edição nº 855 | Edição nº 854 | Anteriores >>

IMPRESA EM QUESTÃO > CONTEÚDO PATROCINADO

Alma à venda?

Por Ricardo Miotto em 16/03/2015 na edição 842

Reproduzido da Revista de Jornalismo ESPM nº 12 (janeiro, fevereiro e março de 2015).

Twitter 0 Curtir 2 +1 2 0 comentários

 Conteúdo exclusivo em parceria com: **REVISTA DE JORNALISMO ESPM**

Há todo tipo de nome para o formato. Alguns mais diretos, como "conteúdo patrocinado", outros mais obscuros, como "publicidade nativa", ou até mais "gourmet", como "branded journalism" (algo como "jornalismo de marcas", traduzindo livremente).

Batize a criança como quiser. O ponto é que essa onda ganhou tamanho de um ano para cá, quando o *New York Times* passou a aceitar que empresas pagassem pela publicação online de determinadas pautas que, como gostam de dizer seus departamentos de marketing, "agregam valor" às suas marcas. Entre os anunciantes, estão Dell, Netflix, Shell, Google e United Airlines.

Não se trata do elogio puro e direto do produto, como "veja por que os produtos da Dell são os melhores". A reportagem feita para a Dell tratava de carreiras em empresas de tecnologia. A do Netflix, da rotina em presídios femininos – a empresa de vídeos pela internet estava lançando uma nova temporada da série *Orange Is the New Black*, ambientada em um deles.

Em tese, é importante que o material tenha interesse jornalístico. Um bom teste de qualidade é submeter o conteúdo à seguinte pergunta: publicaríamos algo assim mesmo sem o patrocínio? O *New York Times* esteve perto de derrubar o sarrafo algumas vezes. O conteúdo patrocinado pela United, sobre a história da participação americana em Olimpíadas, certamente um tema relevante, apresenta um incômodo subtítulo muito mais publicitário do que jornalístico: "Há 30 anos, a United apoia os atletas americanos na sua jornada". De maneira geral, porém, percebe-se

Busca avançada

Google Pesquisa Personalizada

OI no Facebook

 Observatório da Imprensa 225.994 likes

Like Page

Be the first of your friends to like this

Cadastre-se e receba nossas notícias

E-mail

Enviar

Canais OI



Até onde vão os planos dos grupos de mídia com conteúdo patrocinado

Publicidade nativa surgiu como uma mina de ouro para essas companhias e representa o futuro do marketing digital

POR MICHAEL SEBASTIAN do Advertising Age

Empresas de mídia afirmam que encontraram ouro na forma de content marketing - pelo menos, durante o terceiro trimestre.

Relatórios de lucros trimestrais indicam que a prática de disfarçar anúncios com conteúdo não comercial - seja um artigo de uma redação profissional ou um post no Facebook da sua tia - está impulsionando a receita de diversas companhias de mídia, do The New York Times ao LinkedIn.

Não importa como ela é chamada, publicidade nativa ou conteúdo patrocinado, a prática deve permanecer por um bom tempo, ou pelo menos até a divulgação dos próximos relatórios de lucros.

The Times apresentou um aumento de 16,5% em receita publicitária digital durante o terceiro trimestre - de julho e setembro - comparado ao mesmo período no ano passado. O fator responsável por esse crescimento, que praticamente compensou a queda da publicidade impressa, foi o seu produto de publicidade nativa Paid Posts.

Lançado em janeiro de 2014, o Paid Posts deve atrair mais de 30 anunciantes até o fim do ano. Esses anunciantes - chamados de clientes da "lista dos sonhos" pelo presidente e CEO da Times, Mark Thompson - incluem Chevron, Goldman Sachs, Netflix and Cole Haan.

Novos players de mídia

Enquanto a Times aposta em publicidade nativa para aumentar sua receita, novas organizações de mídia, como LinkedIn, Facebook e Twitter, já conduzem o native advertising - ou conteúdo patrocinado, como preferem chamar - a grandes alturas.

A receita publicitária do LinkedIn durante o terceiro trimestre foi de US\$ 109 milhões, um aumento de 45% em relação ao ano anterior. Atualizações patrocinadas, um recurso que permite que as empresas publiquem artigos nas páginas de membros do LinkedIn que não seguem a marca, foram responsáveis pelo crescimento. Segundo a empresa, elas corresponderam a 31% da receita publicitária da rede social, 7% a mais do que em 2013, e representam o negócio com crescimento mais rápido da história da plataforma.

A venda de publicidade no Facebook cresceu em 64% em comparação ao ano anterior, totalizando US\$ 2,96 bilhões. Dois terços dessa receita veio do mobile, onde os anúncios aparecem dentro de um fluxo de conteúdo e são rotulados como "patrocinado". Similarmente, os anúncios do Twitter também aparecem em um fluxo de conteúdo. Apesar de o relatório de lucros do microblog ter preocupado alguns investidores devido ao lento crescimento de usuários, a receita publicitária da plataforma saltou 109% para US\$ 320 milhões.

A expectativa do Tumblr é atingir US\$ 100 milhões em receita com a nova ferramenta de autoplay de anúncios em vídeo no feed dos usuários. O produto, lançado na semana passada, foi batizado de Sponsored Video Posts.

No entanto, a publicidade nativa não está beneficiando todas as propriedades de mídia. O Yahoo, por exemplo, enfrentou prejuízos com seus anúncio display custosos, uma vez que os anunciantes preferiram migrar para o Stream Ads, que, além de mais baratos, aparecem no fluxo de conteúdo. Isso ocasionou uma reação em cadeia na empresa, em que o search advertising já supera o display.

A contratação mais recente do Yahoo, Kevin Gentzel, head de vendas da América do Norte, indica que a publicidade nativa pode ganhar novas considerações. Gentzel assumia o cargo de chief revenue officer no The Washington Post, onde ajudava a impulsionar os negócios de publicidade nativa da empresa. Ele também trabalhou mais de dez anos na Forbes, ajudando a lançar o produto de content marketing da revista, BrandVoice, um dos primeiros do segmento em mídia tradicional.

Peter Minnium, head of brand initiatives da Interactive Advertising Bureau, afirma que o content marketing deve tornar-se parte essencial da publicidade digital no futuro, junto com os anúncios de construção de marca em vídeo e display, e anúncios de conversão que incentivam as pessoas a comprarem um produto ou serviço.

Minnium também alertou que o sucesso deste trimestre pode tornar-se um verdadeiro fracasso do Wall Street caso as empresas que apostam em publicidade nativa tropecem. Segundo ele, o content marketing precisa se livrar de algumas rugas antes de amadurecer mais, o que inclui mensuração, segmentação e criação de conteúdo em escala. "Os perigos são reais", afirma.

PROXXIMA

XXI Social Mobile Criação Negócios Conectados Tablet Evento

Até onde vão os planos dos grupos de mídia com conteúdo patrocinado

Publicidade nativa surgiu como uma mina de ouro para essas companhias e representa o futuro do marketing digital

03/11/2014 12:49 | 114



Recomendadas por

As rec ficam visuais para a

Facebook comu

YouTube grade

+ Lidas + Coment

30 Smartest Companies 2015

FOLHA DE S. PAULO



Logout

Assine a Folha

Atendimento

Versão Impressa

FOLHA DE S. PAULO

★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

QUARTA-FEIRA, 8 DE JULHO DE 2015 10:20

Jornalismo patrocinado

POR ÁLVARO PEREIRA JÚNIOR

TV ligada, concentração, vai começar mais um “Horizons”, programa de prestígio da BBC internacional. É uma série sobre novas fronteiras no mundo dos negócios. Quando acaba o primeiro bloco, entra a propaganda de uma multinacional de química. É um comercial diferente. Longo, dois minutos, com a mesma linguagem visual e o mesmo tema do programa. É como se o “Horizons” e a propaganda formassem um todo sem costuras.

Vejo uma série de reportagens da revista “Vice”, publicação de vanguarda que também tem braços muito fortes na internet e um programa no canal a cabo HBO. O tema são os trailers que vendem comida de rua, os chamados “food trucks”.

Os menus variam, mas todas as histórias têm um laço comum: várias menções a uma conhecida marca de maionese. Não é o “merchandising” da ficção, que vemos em novelas, por exemplo. As alusões à maionese estão incorporadas à narrativa jornalística.

Agora, internet. Olho a homepage do site “BuzzFeed”, merecidamente reconhecido como bíblia dos modernos. Em meio às notícias curiosas e boas sacadas de pauta de sempre, uma reportagem parece deslocada. Ela faz muitos elogios a um antigo serviço de mensagens instantâneas, que já foi dominante mas hoje anda esquecido. Não era um anúncio --era uma reportagem entremeada de propaganda.

Os três exemplos fazem parte de uma nova tendência, vamos chamar assim, em alguns meios de comunicação. É o chamado “branded content”. Conteúdo patrocinado, na falta de tradução melhor. No mundo estritamente publicitário, não chega a ser uma super novidade. O dado novo é que, agora, está chegando ao jornalismo tradicional.

E que chegada! Esta semana, a agência Bloomberg anunciou que ninguém menos que o “New York Times” estuda aderir ao modelo.

O sacrossanto “NYT” adotar o “jornalismo patrocinado” equivale ao ateu militante Richard Dawkins pedir perdão ao papa e receber a hóstia das mãos do próprio Francisco; ou Fidel Castro, aos prantos, depositar um ramalhete de cravos brancos nos túmulos de Ronald Reagan e Margaret Thatcher.

É uma atitude extrema: o jornal mais prestigioso do mundo busca novos meios de viabilizar sua operação on-line.

Como se sabe, a migração de leitores do papel para a web foi brutal, principalmente nos países desenvolvidos. Mas a essa fuga não se seguiu um grande aumento de publicidade na internet. Ou seja: os leitores zarparam em massa para a rede; os anunciantes, bem menos.

Para complicar, a economia da rede segue um modelo cada vez mais concentrador. Segundo um livro recém-lançado, “Who Owns the Future” (“A Quem Pertence o Futuro”), do visionário Jaron Lanier, o discurso democrático e libertário dos gurus da internet é só isso: discurso.

Segundo a análise prodigiosa de Lanier, a web é hoje terreno de uns poucos conglomerados, como Google e Facebook, que concentram ferozmente o bolo publicitário on-line. Donos de servidores computacionais poderosos, que só megacorporações são capazes de manter, os gigantes da web atraem anunciantes porque sabem tudo sobre seus usuários. Os anúncios são perfeitamente direcionados. Sites “generalistas”, como o do venerando “New York Times”, ficam em má situação.

Assim, produtores de jornalismo de qualidade vivem um pesadelo, porque lá atrás, quando a internet foi concebida, a palavra de ordem era que a “informação deve ser grátis” (ou livre, “free”). Resta buscar receita

na publicidade. Mas os anunciantes só querem saber dos já citados Google e Facebook.

O "Times" implantou há algum tempo, com relativo sucesso, o chamado "modelo poroso", em que, a partir de um certo número de matérias, começa a cobrar do usuário. Trouxe alívio, mas não resolveu. Fala agora em aceitar propaganda incorporada a algumas reportagens.

É que o já fazem, entre outros, a BBC internacional (a britânica não tem comerciais), a modernex revista "Vice" e o mais modernex ainda "BuzzFeed". Ironicamente, foi o sucesso do "BuzzFeed" que inspirou o "New York Times" a entrar nessa (quem diria: um site tão jovem apontando o caminho para uma instituição da "velha mídia").

A separação entre interesses comerciais e princípios editoriais é a última fronteira do jornalismo de qualidade. Não se sabe de que existe do outro lado. Talvez sejam tempos novos e radiosos. Talvez seja um abismo.

UOL Assine 0800 703 3000 SAC Bate-papo E-mail BOL Notícias Esporte Entretenimento Mulher Rádio TV UOL

FOLHA DE S. PAULO

Logout

Assine a Folha

Atendimento

Versão Impressa

FOLHA DE S. PAULO

UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

QUARTA-FEIRA, 8 DE JULHO DE 2015 10:20

Seções: Opinião Política Mundo Economia Cotidiano Esporte Cultura F5 Classificados

Últimas notícias Rússia faz campanha contra selfies com armas, leões e trilhos de trem

colunistas

álvaro pereira júnior

Graduado em química e jornalismo pela USP, tem especialização em jornalismo científico pelo MIT. Escreve aos sábados, a cada duas semanas.

Jornalismo patrocinado

08/06/2013 03h00

Compartilhar 497

OUVIR O TEXTO Mais opções

TV ligada, concentração, vai começar mais um "Horizons", programa de prestígio da BBC internacional. É uma série sobre novas fronteiras no mundo dos negócios. Quando acaba o primeiro bloco, entra a propaganda de uma multinacional de química. É um comercial diferente. Longo, dois minutos, com a mesma linguagem visual e o mesmo tema do programa. É como se o "Horizons" e a propaganda formassem um todo sem costuras.

Vejo uma série de reportagens da revista "Vice", publicação de vanguarda que também tem braços muito fortes na internet e um programa no canal a cabo HBO. O tema são os trailers que vendem comida de rua, os chamados "food trucks".

Os menus variam, mas todas as histórias têm um laço comum: várias

EM COLUNISTAS

LIDAS	COMENTADAS	ENVIADAS	ÚLTIMAS
1	Mercado Aberto: Vamos fazer um imenso esforço para cumprir o superavit, diz Dilma		
2	Elio Gaspari: O PSDB e seu mandato divino		
3	Ricardo Balthazar: O dia seguinte		
4	Vladimir Safatle: Aquele que diz "não"		
5	Bernardo Mello Franco: A digital do PSDB		

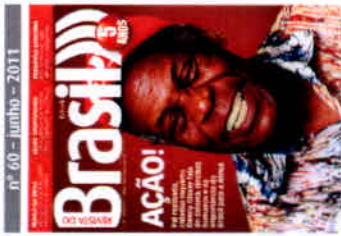
Revista DO Brasil

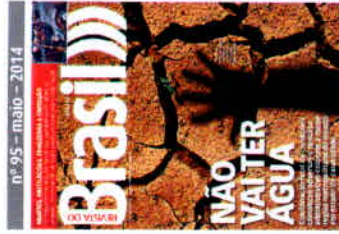
(atitude)

Rua São Bento, 365 - 19º andar - Centro - São Paulo - CEP 01011-100

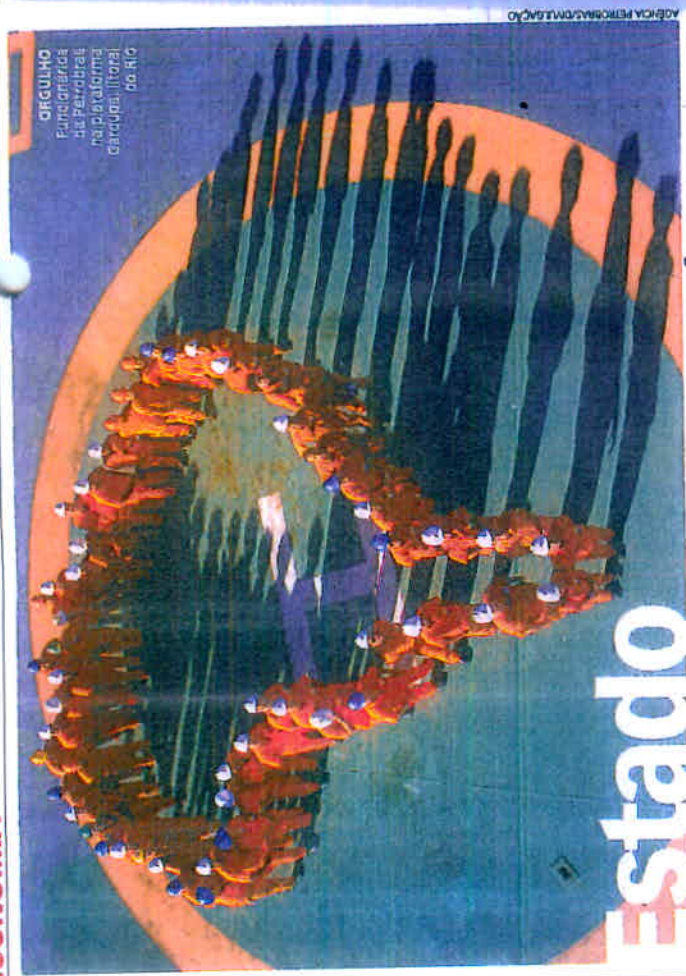








Doc. 03



Estado para quem precisa

BB, Caixa, BNDES e Petrobras: de candidatas à perda de espaço para o "mercado" a personagens estratégicas no enfrentamento da crise e na indução do crescimento Por Paulo Donizetti de Souza

É possível existirem empresas estratégicas importantes para a economia do país, competitivas no mercado, que distribuem dividendos aos seus acionistas e atendem o Estado como controlador? Há três décadas diz-se que não. As empresas estatais eram demonizadas como símbolos de ineficiência, cabides de emprego, e o Estado moderno deveria se desfazer delas, porque ter empresas lucrativas é prerrogativa do livre mercado. A política de privatizações começou a ser posta em prática no primeiro ano do governo Collor, com seu Programa Nacional de Desestatização (PND), de 1990. Liderado pela ministra da Economia, Zélia

Cardoso de Mello, o PND tinha uma lista de 68 empresas a serem vendidas. Antes de ser destronado, Collor conseguiu privatizar 18, entre elas as siderúrgicas Usiminas e CSN. Depois do impeachment, tomou posse o vice-líder Francisco Franco, contrário ao plano. A ofensiva seria retomada pelo governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), que se caracterizou pela interrupção de investimentos nas estatais, com objetivo de fragilizá-las e repassá-las ao setor privado. Para satisfazer seus compromissos com o mercado, o governo colocou o Estado a serviço das privatizações: a transferência do controle das empresas para o setor privado foi viabilizada com a participação dos fun-

dos de pensão dos funcionários das empresas públicas, e o principal financiador foi o BNDES, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

Um lembrete histórico: a diretora de Desestatização do BNDES era a economista Elena Landáur, que atuou no governo Collor e nos anos 1990 formou – ao lado de nomes como Persio Arida, Gustavo Franco, André Lara Resende, Francisco Lopes, Edmar Bacha e Luiz Carlos Mendonça de Barros – o time que tomou conta da economia do país. Elena casou-se com Persio Arida, que foi presidente do próprio BNDES e do Banco Central e sócio de Daniel Dantas no Opportunity. O banco criado em 1997 or-

nou-se rapidamente um dos campeões de compras de estatais. São coincidências interessantes de ser lembradas nos dias atuais, em que os simpatizantes desse time de economistas costumam encher a boca para acusar o atual governo de "aparelhagem" o Estado.

Entre os argumentos mais favoráveis, o próprio ex-presidente costuma dizer que graças à privatização o número de telefonos fixos mais que dobrou em dez anos e que hoje o Brasil está próximo da média de um celular por habitante. Outro argumento corrente é de que o lucro da mineradora Vale era de R\$ 1 bilhão em 1998 e chegou a R\$ 10,2 bilhões no ano passado. A falta da União na empreitada foi vendida em 1997 por US\$ 3,3 bilhões; hoje a empresa está avaliada em mais de US\$ 100 bilhões. Especialistas atribuem grande parte do desempenho da companhia à expressiva valorização do minério de ferro no mercado mundial em meados desta década.

As privatizações deixaram um saldo de US\$ 78 bilhões em oito anos de governo FHC. A dívida pública, porém, não deixou de crescer: era de US\$ 60 bilhões em 1994 e passou a mais de US\$ 240 bilhões em 1998. E justamente a dívida pública era um dos pilares da penitência macroeconômica, segundo a qual o Estado não podia "gastar", devia "economizar" e honrar seus compromissos com os credores para que a "marca Brasil" não fosse desvalorizada e não afastasse investidores.

Ao final da era FHC, a mudança de mentalidade em relação ao papel do Estado re-

fletiu na relação da União com as estatais que restaram sob seu controle. As empresas públicas participaram diretamente da operação do governo Lula por estimular o crescimento econômico. A manutenção do controle de empresas como a Petrobras, o Banco do Brasil e a Caixa Econômica e a revisão das atribuições do BNDES em nada atrapalhou o desempenho dessas empresas. Pelo contrário.

Resultado recorde

O Banco do Brasil fechou 1994 com lucro líquido de R\$ 108 milhões e movimentando R\$ 33 bilhões em operações de crédito. Em 2009, o lucro foi de R\$ 10 bilhões e as operações de crédito chegaram a R\$ 266 bilhões. A Caixa Econômica Federal, de um lucro de R\$ 213 milhões em 1994 e R\$ 39 bilhões em volume de crédito, lucrou R\$ 3 bilhões em 2009 e movimentou em empréstimos R\$ 115 bilhões.

A Petrobras, por sua vez, que lucrava R\$ 1,1 bilhão em 1998, registrou em 2009 resultado de R\$ 29 bilhões, o segundo maior lucro entre empresas da América Latina e Estados Unidos. A empresa, que não entrou no antigo PND, mas teve o seu monopólio de exploração quebrado nos anos 1990, retém apenas 40% de seus lucros no país. Mas não é só nos resultados contábeis que a companhia evoluiu durante a atual gestão. A partir de 2003, o governo passou privilegiar o mercado nacional nas suas encomendas. Em 2003, a empresa consumia 57% das despesas com bens e serviços com forne-

cedores locais. Essa movimentação cresceu 400% e chegou ao final da década em mais de 77%. Os pagamentos junto ao mercado interno passaram de US\$ 5,2 bilhões em 2003, para US\$ 25,9 bilhões em 2009.

Ou seja, mais que resultar em dividendos para a União, essas três gigantes estatais tiveram papel estratégico no fortalecimento da economia e da indução do crescimento. O BNDES, por exemplo, com lucro de R\$ 810 milhões em 1998 e de R\$ 6,7 bilhões em 2009, ampliou no mesmo período em mais de 600% o volume de recursos oferecidos, atingindo a marca de R\$ 137 bilhões de desembolsos no ano passado.

O contraste entre os papéis do BNDES – de indutor das privatizações da era Collor/FHC e de propulsor da produção interna na era Lula – é, talvez, um dos maiores símbolos das diferenças de visão em relação às responsabilidades do Estado.

Carlos Lessa, que presidiu o banco no começo do governo Lula, afirmou em entrevista recente ao portal Terra Magazine que, assim que chegou ao BNDES, verificou que "queriam convertê-lo em banco de investimento, para depois dizerem: 'não precisamos de um banco de investimento'. Expliquei tudo isso a Lula, que me deu carta branca. Demiti todos os quadros, não sobrou um. Fiz logo uma homenagem: Demiti cento e tantos", relatou ao repórter Claudio Leal.

Leia reportagens de João Pares sobre o BNDES em www.redebrasilatual.com.br. Colaborou Maurício Thusswohl

Banestado (PFI), seria abocanhado pelo Itaú em outubro de 2000. Mais tarde, a "ameaçadora" do BC correspondeu à oferta feita pelo espanhol Santander ao Banestado, em 20 de novembro de 2000, após seis anos de resistência. Dos R\$ 7,1 bilhões oferecidos, foi permitido ao Santander lançar 73% como créditos tributários. Ou seja, dos R\$ 5,2 bilhões de agio em relação ao lance mínimo, os espanhóis não precisaram desembolsar nenhum tostão. O lucro previsto pelo Santander só em 2010 é de R\$ 8 bilhões. No ano passado, o governo paulista teria privatizado seu segundo grande banco, a Nossa Caixa, não fosse a aquisição pelo BB mantida sob controle público.

A privatização de bancos estaduais começou dois dias antes da posse de FHC em seu primeiro mandato. A intervenção do Banco Central em vários deles, como Banestado e Banerj, em 30 de dezembro de 1994, foi o ponto de partida. Oito bancos passaram para o controle da União para ser vendidos. Outros foram liquidados, outros negociados pelos estados controladores. De 35 antes de 1995, restaram quatro. O BC gastou R\$ 62 bilhões com o Proer, programa de "asseguramento" empregado em dez instituições, e arrecadou R\$ 11,6 bilhões. O Banerj foi o primeiro a ser vendido, ao Itaú, em junho de 1997. Dois anos depois, o Bradesco assumiu o Benge. Outro grande, o



Funcionários do Banestado protestam em novembro de 2000

Com novo portal, que inclui TV e rádio-web, CUT sinaliza nova era de investimentos em comunicação

Por Isaías Dalle

Novo canal de informação



Em agosto, mês em que comemorou 27 anos de existência, a Central Única dos Trabalhadores lançou novo portal na internet. O site, reformulado, traz ainda duas novas ferramentas, rádio-web e TV-web. O objetivo, além de oferecer serviço noticioso ao público do movimento sindical representado pela central, é manter um canal de acesso direto por toda a sociedade, tornando-a mais independente da cobertura tradicional da imprensa comercial. A ação, intitulada Rede CUT, expõe uma visão crescente na central e entre entidades que a compõem, de que os tempos de apelações reclamadas dos deficits da grande mídia acabaram. A democratização do acesso à informação passa também pela produção de conteúdo diferenciado.

Para o presidente da CUT, Artur Henrique da Silva Santos, a parte mais difícil vem a seguir: fazer com que as notícias ultrapassem os limites do ambiente sindical. "Nosso papel é levar o pensamento dos trabalhadores para todo o país, ampliando o canal de debate. A seguir, devemos buscar a sustentabilidade desse projeto", aponta. A secretaria de Comunicação da central, Rosane Bertotti, afirma que a ideia é integrar diversos parceiros na iniciativa. "Tudo acontecerá a partir da articulação dos sindicatos e dos movimentos sociais. A proposta é agregar a essa iniciativa, por exemplo, rádios e

A dirigente lembrou ainda a importância de a ação não ser um passo isolado, mas parte de um movimento que inclui outros veículos, como o programa de rádio *Jornal Brasil Atual*, a *Revista do Brasil* - reunidos na Rede Brasil Atual -, além da TV dos Trabalhadores (TVT).

O secretário de Administração e Finanças da CUT, Wagner Freitas, acredita que a forma como a grande imprensa atuou no período que antecedeu as eleições de 2010

mostra que é necessário discutir o acesso à produção da informação. "Trata-se de um espaço estratégico de disputa de poder. Não podemos falar de nós para nós mesmos enquanto lidamos com canais de criminalização em massa dos movimentos sociais. Com a internet, o papel de formador de opinião deixou de ser restrito aos articulistas dos grandes jornais, incluídos todos os trabalhadores", afirma.

A reação da grande mídia a um ato político realizado no Sindicato dos Jornalistas de São Paulo em 23 de setembro, por jornalistas, blogueiros independentes e representantes dos movimentos sociais, mostrou como uma atuação articulada pode incomodar. Os veículos da velha imprensa, que costumam simplesmente ignorar ações que costumam, dessa vez, pautar um tema e dar a suas coberturas um discurso unifi-

Classificaram a mobilização - convocada para denunciar o abandono de regras básicas do jornalismo com objetivo de alterar o rumo das eleições - como manobra "contra a liberdade de expressão", como fazem com toda crítica objetiva à conduta da imprensa, como se só esta tivesse o direito de crítica.

Artur Henrique lembra de um fato ocorrido recentemente que não causou revolta aos supostos defensores da democracia.

"Há quatro anos, os partidos DEM e PSDB entraram com uma ação judicial para impedir a circulação do primeiro número da *Revista do Brasil* simplesmente por trazer uma reportagem de capa explicando por que o presidente mantinha elevado índice de aprovação, apesar de apunhar sistematicamente a mídia durante todo o primeiro mandato.

"Interessante, nesse caso a imprensa não se converteu nem protestou. Deve ser porque o excesso de transparência incomodou", ironizou o presidente da CUT. Durante o debate de lançamento da Rede CUT, o diretor do canal Telesur Beto Almeida afirmou que a TV, a rádio e o site da CUT podem ser uma experiência viva e dinâmica para a difusão dos temas que estão sempre distantes dos grandes meios de comunicação, mas que também são cruciais para tornar o Brasil um país

Donos da Petrobras

Empresa, agora com 64% sob controle da União, garante financiamento de negócios até 2014, agiganta a Bovespa e protagoniza um dos maiores lances da história do capitalismo



A cena de fato parecia insólita: um ex-sindicalista - que dispunha sua primeira eleição em 1982 dizendo "voto 3 que o resto é burguês" - fazendo festa na Bolsa de Valores. Ele próprio fez questão de lembrar - "dez anos atrás eu passava aqui na porta da Bolsa, as pessoas tremiam de medo: 'Onde é que vai esse comedor de capitalismo?' - ao bater o martelo na maior oferta pública de ações já vista no mercado, iniciada em 24 de setembro. Para o presidente da B&F Bovespa, Edemir Pinto, a economia passou a se dividir "em antes e depois da operação de capitalização da Petrobras".

A oferta incluiu mais de 2,1 milhões de ações ordinárias (com direito a voto em assembleias) e quase 1,6 milhão de preferenciais (cujo titular recebe antes os lucros), por meio de um aumento de capital da Petrobras. Durante a cerimônia, o presidente da estatal, José Sérgio Gabrielli, informou que a oferta alcançou R\$ 115,05 bilhões (ou US\$ 66,9 bilhões). Parte dos recursos ajudará a financiar o plano de negócios da companhia de 2010 a 2014, que totaliza US\$ 224 bilhões.

Para "um comedor de capitalismo", Lula ajudou a dar um bom impulso, já que na véspera da operação a Bolsa paulista se tor-

R\$ 30,4 bilhões, ou US\$ 17,7 bilhões, atrás apenas da de Hong Kong (US\$ 19,8 bilhões). "O valor da nossa bolsa está ligado ao potencial de crescimento do país e das empresas brasileiras e fruto da operação que comemoramos nesta data", afirmou Edemir Pinto.

Lula também enfatizou a importância da operação para a economia brasileira, em possível referência à época em que a Petrobras foi cotada para entrar na lista de privatizações e até mudar o nome para Petrobrax. "Ao contrário do passado, não estamos aqui para debilitar o Estado ou alienar o patrimônio público. Um Estado fraco nunca foi sinônimo de iniciativa privada forte", afirmou.

"A capitalização é uma das salvaguardas criadas pelo governo para evitar que essa riqueza se perca num labirinto de desperdícios e interesses equivocados." Segundo o ministro da Fazenda, Guido Mantega, a União aumentou de 40% para 49% a sua participação no capital total (64% das ordinárias) da Petrobras.

Como em toda operação dessa natureza, a capitalização mexeu com o mercado de câmbio, que ainda causa preocupação ao governo, por causa do real valorizado, o que prejudica as exportações brasileiras. Durante evento na Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), Mantega disse que o mundo vive

Muito além do

Bolsa Família

Quem considerou que o voto no Nordeste na última eleição seria movido a assistencialismo, errou. O crescimento econômico na região, acima da média nacional, fez diferença na vida de muita gente, e não só dos mais pobres

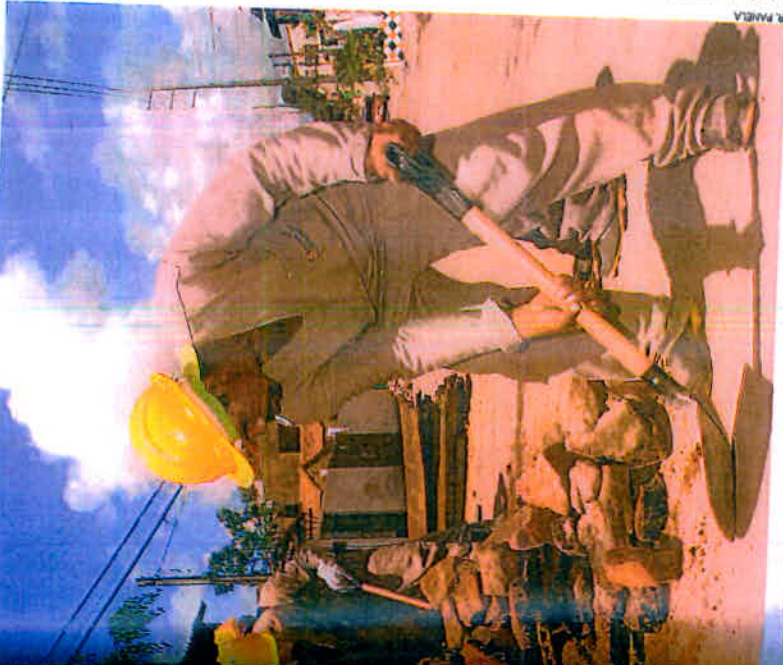
Por Vitor Nuzzi

A votação expressiva obtida por Dilma Rousseff no Nordeste veio acompanhada de um bom dose de ressentimento. Não foram poucos os que disseram que os votos eram dos "pobres" (automaticamente desqualificados como menos valiosos) e indiretamente resultado do assistencialismo, materializado pelo programa Bolsa Família. Nesse olhar, sobrou preconceito e faltou informação, ao não observar indicadores e fatos, como o crescimento da economia e a criação de empregos na região. Esses foram os fatores determinantes para a taxa de satisfação daquela população – e portanto, da maciça votação na candidatura governista.

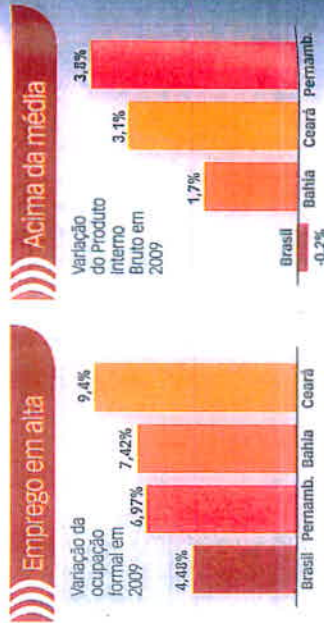
Aos números. A Pesquisa de Emprego e Desemprego (PED) feita pelo Dieese e pela Fundação Seade, de São Paulo, em parceria com entidades regionais, mostra desempenho em queda e ocupação em alta, inclusive com carteira assinada, nas maiores regiões metropolitanas: Fortaleza, Recife e Salvador. Nos últimos 12 meses, até outubro, as três criaram quase 350 mil empregos e reduziram em 160 mil o número de desempregados.



BÁSICO
Obra de saneamento em Fortaleza com recursos do PAC: investimento em saúde também cria emprego



RAFAEL MOTA



Fonte: Diee/Ministério do Trabalho

Fonte: Banco Central



MADE IN BRAZIL Fábrica da Grendene em Sobral (CE): 3 mil contratações em 2009

dos. A Pesquisa Mensal de Emprego (PME), do IBGE, que usa outra metodologia, revela o crescimento de 13,1% em 12 meses, até setembro, no nível de ocupação da Região Metropolitana de Recife, o equivalente a 179 mil pessoas a mais. No mesmo período, o número de desocupados caiu 7,1% (11 mil a menos). Em Salvador, os números são mais modestos, mas igualmente positivos.

Dados do Banco Central reforçam: o Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil ficou praticamente estável (-0,2%) em 2009. Mas a economia cresceu 1,7% na Bahia, 3,1% no Ceará e 3,8% em Pernambuco. "A economia nordestina, ratificando a evolução registrada pelos principais indicadores mensais regionais ao longo do ano, assinou, em 2009, dinamismo mais acentuado do que o experimentado em âmbito nacional", diz o BC, que destaca o crescimento dos investimentos na região: no ano passado, os desembolsos, principalmente do BNDES e do Banco do Nordeste, representaram 5,2% do PIB local, ante média de 1,5% no período 2004-2008.

A Relação Anual de Informações Sociais (Rais), do Ministério do Trabalho e Emprego, mostra ainda que, enquanto o emprego formal cresceu 4,48% no país em 2009, no Nordeste essa alta foi de 6,81%, chegando a 9,4% no Ceará, a 7,42% na Bahia e a 6,97% em Pernambuco, totalizando 335 mil novas vagas. Nesses três estados, a maior alta percentual foi do setor de construção civil: 27,82%, 30,23% e 23,83%, respectivamente.

Em artigo publicado no site Viomundo, do jornalista Luiz Carlos Azenha, a economista Tânia Beccelar Araújo, professora do Departamento de Economia da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), afirmou que o Nordeste foi beneficiado com a preocupação do governo com as desigualdades sociais e regionais. Ela cita, por exemplo, a política de reajustes do salário mínimo e a ampliação do crédito como fatores que impulsionaram a economia da região, do ponto de vista do consumo. Norte e Nordeste, segundo a professora, lideraram as vendas do comércio varejista no país de 2003 a 2009.

Ela destaca também a decisão da Petrobras de construir novas refinarias e estimular a retomada da indústria naval. Vários estaleiros foram instalados no Nordeste. Os planos da Petrobras para a região incluem quatro novas refinarias, em Pernambuco, Rio Grande do Norte, Maranhão e Ceará. Os investimentos superam US\$ 45 bilhões.

Canteiro

"Igualmente importante foi a política de ampliação dos investimentos em infraestrutura - foco principal do PAC -, que beneficiou o Nordeste com recursos que, somados, têm peso no total dos investimentos previstos superior à participação do Nordeste na economia nacional. No seu rastro, a construção civil bombou na região", acrescentou a economista.

O coordenador da PED em Fortaleza, Ediran Teixeira, confirma. "Hoje, a Região Metropolitana é um canteiro de obras. Do lado da habitação, muitos imóveis estão sendo construídos e, do lado da construção pesada, muitas estradas são abertas e muitas indústrias se instalam. As reformas e as construções visando à Copa de 2014 estão em pleno vapor, além de outras obras estruturantes", afirma Teixeira, citando ainda a ampliação do porto e a construção de uma siderúrgica no complexo portuário de Pecém, em São Gonçalo do Amarante, município da Região Metropolitana.

"Todas essas obras impulsionam não só a construção civil como também a indústria metal-mecânica, que em seu segmento foi a que mais gerou postos de trabalho nos últimos 12 meses, junto com a indústria têxtil e de vestuário (8 mil novas vagas cada uma)", acrescenta. No comércio, o crescimento do emprego é determinado pela elevação das vendas. "A economia cearense está aquecida desde o início do ano e vem aumentando o volume de contratações".

Principal exportadora do estado, a fabricante de calçados Grendene, com a maior parte de suas fábricas em Sobral, a pouco mais de 200 quilômetros de Fortaleza, ampliou em 60% a sua força de trabalho em 2009. Foram mais de 8 mil contratações, após uma redução de 3 mil no ano anterior, devido à crise econômica. Segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, de janeiro a outubro a empresa foi responsável por 14% das exportações cearenses. Nos três primeiros trimestres do ano, as vendas ao

INCLUSÃO
Novas unidades do Minha Casa, Minha Vida são entregues em Feira de Santana (BA)



EXPANSÃO Indústria naval em Pernambuco: US\$ 15 bilhões em investimentos

Mudança de vida

Em maio, a solidadora Josenilda Maria da Silva, 32 anos, foi escolhida como "madrinha" do navio João Cândido, o primeiro a sair do Estaleiro Atlântico Sul, no porto de Suape (PE). Casada e mãe de duas filhas, ela ficou cinco anos desempregada até ser selecionada para o estaleiro, três anos atrás. A concorrência era acirrada, mais de 5 mil inscrições para 500 vagas. Josenilda soube no último dia, por uma amiga, inscreveu-se e entrou.

Antes, ela passou quase três anos em uma cerâmica. "Tentei outras áreas, mas não tinha nenhuma vaga disponível", conta a trabalhadora, que agarrou a chance no estaleiro. "Eu me identifiquei com a solda e pretendo me aprimorar", afirma, sem imaginar que um dia trabalharia nessa área, ainda mais depois dos avisos que recebia da mãe, quando pequena. "Ela me falava para tomar cuidado com a solda, para não 'perder a vista'. Agora, trabalho com isso".

O nome do navio homenageia o marinheiro que foi líder da chamada Revolta da Chibata, morreu esquecido em 1969, mas ficou eternizado na canção O Mestre-Sala dos Mares, de João Bosco e Adir Blum. A revolta, em 1910, foi contra os maus-tratos aos marinheiros, que chegavam a ser castigados com chicoteadas. Em 2008, João Cândido foi anistado e recuperou a patente. Em novembro, o centenário do movimento que liderou foi celebrado em várias manifestações pelo país.

HONRA
Depois de cinco anos sem emprego, Josenilda conquistou uma vaga no Estaleiro Atlântico Sul. Solidadora, foi madrinha do navio João Cândido



ALDORE FERREIRA/DA PRESS

exterior corresponderam a quase 20% da receita bruta da empresa.

Formalização

Na Região Metropolitana de Salvador, a economista Ana Simões, coordenadora da PED local, vê um movimento consistente do emprego formal na região, principalmente a partir de 2004. Em setembro, a taxa de desemprego atingiu o menor nível desde o início da pesquisa, em 1997.

Ao estabelecer aquele ano como o "ponto zero", Ana diz que, enquanto a ocupação total cresceu 39,3% até 2009, o emprego com carteira dobrou. A construção civil teve alta de 71,9% no período. "Há muitas obras na área de habitação", observa, destacando a importância de programas como o Minha Casa, Minha Vida.

O rendimento médio ainda é um ponto fraco, embora venha evoluindo. "Ainda não alcançou os valores de 1997, em termos reais", afirma Ana. Com a economia muito indexada ao salário mínimo, a renda passou a se recuperar a partir de 2004. E a concentração de renda diminuiu um pouco, apesar de ser ainda elevada. Em 1997, os 10% mais pobres tinham 0,6% da renda, passando para 1,3% em 2009 - no mesmo período, os 10% mais ricos encolheram de 46,1% para 37,7%.

Segundo o Sinduscon, o sindicato da indústria da construção, o setor foi responsável por 39% das vagas formais criadas no estado da Bahia em 2009 e por 29,8% do total de janeiro a setembro deste ano. Também nesse período, só a Região Metropolitana de Salvador abriu 22 mil vagas, mais do que em todo o ano de 2009, quando foram criadas pouco mais de 15 mil. O total de empregados com carteira passou de 61 mil, em 2004, para 161 mil até setembro. A participação da construção civil no PIB estadual biliano aumentou nos três últimos anos.

Na Região Metropolitana de Recife, de 2003 a 2009 a ocupação cresceu 20,3%, com 240 mil novos postos de trabalho, dos quais 139 mil com carteira assinada. O maior número (141 mil) foi no setor de serviços, enquanto a maior alta percentual, 48,1%, foi justamente na construção civil, que criou 26 mil empregos.

"Ao longo do período analisado, a chegada de investimentos para a empresa Suape Complexo Industrial Portuário vem promovendo uma grande geração de empregos no estado de Pernambuco", observa Jairo Santiago, do Ditees, coordenador da pesquisa em Recife. Ele cita dados do próprio complexo sobre os investimentos das 96 empresas já instaladas e outras 16 em fase de instalação, que somam US\$ 15 bilhões apenas este ano.



INVESTIMENTOS
Região Metropolitana de
Fortaleza é um centro de obras,
segundo técnico do Diesel

"Portanto, o complexo Industrial de Suape se configura como principal fator determinante para os favoráveis resultados do mercado de trabalho na região", diz o técnico. "Os empregos criados no complexo repercutem notavelmente nos setores da construção civil e de serviços." Ele cita ainda fatores como a redução da taxa Selic (antes deste ano), a valorização do salário mínimo e o PAC.

Mas, mesmo com o desenvolvimento na região promovendo alguma redução nas desigualdades, ela continua alarmante. Em novembro, o IBGE divulgou dados relativos ao PIB de 2008, mostrando que cinco estados, todos do eixo Sul-Sudeste, concentravam 66,2% do PIB brasileiro - em 1995, tinham 69,9%. A participação de São Paulo na riqueza nacional caiu de 37,3% para 33,1%. O maior crescimento do PIB em 2008 foi do Piauí, com um quase chinês 8,8%, devido principalmente à agricultura. Apesar disso, a participação do estado no total do país não chega a 1%.

"Qualificação é tudo"

Na casa de Morgana Martins Costa moram sete pessoas e só não trabalham sua avó e a irmã mais nova. Agora, Morgana, moradora de Fortaleza, pôde sair do emprego para concluir o curso de Ciências Sociais. Em seguida, pretende fazer o mestrado. A família é um minitratado do mercado, com trabalhadores formais e autônomos. O pai trabalha na área de vigilância, a mãe é costureira autônoma, uma tia tem salão de beleza em casa e outra é secretária administrativa. Para Morgana, o aperfeiçoamento profissional é um fator fundamental para se manter no mercado de trabalho. "Qualificação é tudo", diz.



CONHECIMENTO Morgana pôde estudar e o pai, Leonard, achou emprego em outra área

O melhor exemplo disso é o pai, Leonard, de 50 anos, que teve de mudar de área, após bater de porta em porta. De uma forma geral, Morgana acredita que o mercado está bom. "Inclusive para quem quer mudar de emprego com vistas a melhorar a posição e o salário", comenta.

Por que a agressividade?

Se estereótipos regionais ainda dão margem para agressões, as punições poderiam ensinar novas gerações a não ser preconceituosas nem de brincadeira

Por Cida de Oliveira

Apesar do desenvolvimento em curso na região, os nordestinos ainda são alvo de discriminação e preconceito. O episódio da estudante de Direito que postou no Twitter mensagem carregada de ódio é emblemático. A autora foi denunciada ao Ministério Público Federal por crime de racismo e de incitação ao crime de homicídio. A seccional da Ordem dos Advogados do Brasil em Pernambuco passou a monitorar manifestações na internet sobretudo a partir de junho, quando notícias sobre entes que afetaram a região eram comentadas em tom odioso e discriminatório.

"Nunca me senti atacada de maneira tão direta e violenta", desabafa a maranhense Francis Bezerra, presidente da Associação dos Nordestinos do Estado de São Paulo. "Pela internet, a palavra escrita se torna ainda mais agressiva. Somos brasileiros e não estamos invadindo nenhum país."

O professor de Psicologia Joseli Bastos da Costa, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), vê menos relevância no episódio. "Houve repercussão porque a web pauta a mídia. Mais grave do que aquela menina falar tamanha besteira são episódios como a explosão de uma bomba num centro de tradições nordestinas, na capital paulista, em meados da década de 90, e ataques violentos a homossexuais, como este recente, na Avenida Paulista", afirma.

Para ele, o importante do caso é que reabra a discussão da existência do preconceito e suas consequências. Costa diz que o fenômeno é inerente à maneira como o indivíduo constrói o conhecimento sobre o mundo ao redor a partir das primeiras impressões, estímulos e indícios. "Nossos ancestrais eram devorados pelos predadores quando perdiam tempo elaborando o pensamento. Daí a necessidade de uma rápida leitura do mundo, em especial do outro", analisa.

A soma de aspectos individuais e socioculturais, choques de culturas, reconhecimento de diferenças e a competição por bens materiais ou simbólicos, quando anexados a emoções, abrem caminho para a discriminação. "Como os nordestinos ocupam um espaço, no caso em São Paulo, acabam sendo bodes expiatórios inclusive da

Para a professora de Psicologia Sheryla Fernandes, da Universidade Federal de Alagoas, o sentimento de identidade ferida é potente para quem é alvo de preconceito desde que se entende por gente. Isso porque, por volta dos 5 anos, a criança é capaz de se diferenciar, percebe a existência do grupo padrão tido como modelo e constrói sua identidade por comparação e por meio de diversos estímulos que recebe do ambiente. E, das experiências de sucesso e fracasso ao longo de seu desenvolvimento, elabora sua identidade pessoal e coletiva.

"Da para imaginar uma identidade construída com base no preconceito e na discriminação?", questiona Sheryla. "Os prejuízos são imensos e de difícil solução para quem pertence a um grupo sempre associado à ignorância, pobreza e marginalidade. Embora um membro de um grupo marginalizado possa mudar seu estatuto social, sua identidade, sua essência e a ideia que construiu de si mesmo no longo dos anos são sempre complexas." A violência é o problema mais sério trazido pelo preconceito. Em sua forma mais ostensiva é expresso em violência física, verbal, moral. Os direitos das vítimas de preconceito, aliás, são completamente tolhidos. Já a discriminação acarreta danos econômicos, intelectuais e fere a dignidade.

"Com as conquistas pela igualdade de direitos, o preconceito expresso passou a ser visto de forma aversiva, inclusive considerado crime. Mas sua essência permanece imutável. Ou seja, internamente as pessoas continuam sentindo preconceito, mas não o expressam mais. Tanto que na intimidade de ambientes domésticos, em rodas de amigos, pode ser expresso de forma ostensiva, como por meio de piadas", ressalta Sheryla.

A salda é o treino para o controle da manifestação preconceituosa por meio da lei. "É preciso que aprendamos a olhar o outro de maneira humana. A punição ensinará as próximas gerações a não fazer piada com o outro seja pela cor, origem, religião ou opção sexual", diz. O problema, segundo ela, é que sempre vai haver grupos diferentes em tensão, em conflito. "A luta contra o preconceito é permanente e fundamental para a humanização e a civilização da sociedade."



SHERYLA FERNANDES
Sheryla Fernandes é psicóloga da Universidade Federal de Alagoas

Petrobras importa ^{Cor}gasolina para "complementar abastecimento"

Segundo a empresa, medida foi esporádica e representa consumo de três dias; compra não deverá alterar preços nas refinarias

por Vitor Nuzzi, da RBA | publicado 18/02/2010 19:16, última modificação 18/02/2010 19:17

São Paulo - A Petrobras informou que importou este mês, de vários mercados, aproximadamente 1,2 milhão de barris de gasolina. Segundo a empresa, a medida foi feita para "complementar o abastecimento nacional", diante do aumento da demanda, "consequência da redução da oferta de etanol no mercado e da redução de 25% para 20% da mistura de etanol anidro à gasolina".

Em comunicado, a estatal ressalta que a importação foi esporádica, "aproveitando condições favoráveis do mercado", e representa apenas o consumo de três dias. "Em função da demanda da oferta de etanol houve, nos dois primeiros meses de 2010, um crescimento entre 15% e 20% no consumo de gasolina em relação ao mesmo período de 2009", diz a Petrobras.

Ainda segundo a empresa, as refinarias têm condições de aumentar a produção gasolina, mas reduzindo os volumes de diesel e nafta (matéria-prima petroquímica), "que são, em parte, importados". Assim, a opção mais econômica teria sido manter a produção dos dois derivados, "cuja importação é mais onerosa", e fazer a importação "esporádica" de gasolina.

"Para os próximos meses, com a chegada da safra de etanol, espera-se a regularização da demanda de gasolina. Importante ressaltar também que

esta pequena importação do combustível não terá qualquer influência nos preços que a Petrobras pratica em suas refinarias", acrescenta a estatal.

Pré-sal exige articulação de políticas, sugere Ipea

Ação pública para geração de energia precisa ser pensada junto de questões industrial, tecnológica, ambiental e externa

por Vitor Abdala publicado 01/06/2010 15:53, última modificação 01/06/2010 15:56

Rio de Janeiro – A exploração e a produção de petróleo na camada do pré-sal exigirão do país uma articulação da política energética com as políticas das áreas industrial, tecnológica, ambiental e externa. A conclusão é de um estudo divulgado nesta terça-feira (1º) pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), em parceria com a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

Segundo o estudo, o Brasil precisará definir uma destinação equilibrada para o petróleo extraído, isto é, quanto será destinado para o consumo interno e quanto será exportado, seja de óleo bruto ou de derivados. Isso é importante, de acordo com o Ipea e a UFRJ, para que se possa definir o tamanho necessário do parque de refino do país.

Será preciso que promover a pesquisa tecnológica para otimizar a produção e a exploração de petróleo e elevar a competitividade das empresas que prestam serviços para o setor petrolífero. De acordo com o pesquisador do Ipea Fabiano Pompemayer, é importante que as empresas nacionais sejam capazes de produzir equipamentos usados na exploração e produção, como as sondas, para evitar que a Petrobras e outras empresas petrolíferas que atuam no Brasil precisem recorrer a equipamentos estrangeiros.

“São poucos os fornecedores (*desses equipamentos*) e eles manejam a capacidade produtiva. Em um aumento de esforço exploratório, tende-se

a apertar a oferta de equipamentos e, conseqüentemente, subir o preço desses equipamentos. É importante que se desenvolva uma capacidade nacional para que não se dependa das oscilações de preços externas”, disse.

Segundo Pompemayer, o estímulo à inovação nas empresas da cadeia petrolífera é importante para que elas possam competir no mercado internacional, já que há campos de pré-sal em outros países. Outra preocupação apontada no estudo é com o gás associado ao petróleo no pré-sal.

De acordo com o pesquisador da UFRJ Helder Queiroz, o país precisa de uma política setorial que defina o papel do gás no setor industrial e na geração elétrica no país, mas que também se preocupe com a infraestrutura de transporte ou armazenamento do produto. Isso é importante para evitar que o gás seja queimado na plataforma, em vez de ter uma destinação energética.

O estudo também concluiu que é preciso definir e consolidar logo o novo marco regulatório para o setor e repartir de forma equilibrada as participações governamentais nos lucros da produção petrolífera.

Fonte: Agência Brasil

Novo poço confirma ^{Cor} potencial de óleo leve em Tupi, diz Petrobras

por Nielmar Oliveira, da Agência Brasil publicado 24/06/2010 09:35, última modificação 24/06/2010 09:37

Rio de Janeiro - A Petrobras divulgou nota na noite da quarta-feira (23) informando que a perfuração de um novo poço exploratório confirmou o potencial de volume de óleo leve nos reservatórios de Tupi localizados em águas ultraprofundas da região do pré-sal da Bacia de Santos.

Leia também:

» Petrobras encontra novos indícios de petróleo em reservatórios do pré-sal

Esse é o sétimo poço perfurado na área de Tupi, o campo com a maior reserva de petróleo e gás equivalente do pré-sal, com cerca de 5 bilhões a 8 bilhões de barris de óleo recuperável. O novo poço, informalmente conhecido como Tupi Alto, está localizado a 275 quilômetros (km) da costa do estado do Rio de Janeiro e a 12 (km) a nordeste do poço descobridor Tupi – 1.

Tupi Alto foi perfurado em posição estrutural mais elevada do que os demais na área de Tupi, e comprovou, por meio de amostragens de petróleo em teste a cabo, a descoberta de óleo com densidade ainda mais leve do que a média dos óleos verificada nos outros poços da região.

A Petrobras é a operadora do Bloco Bacia Marítima de Santos 1 (BM-S-1), onde está localizado Tupi, com 65% de participação. Também fazem parte do consórcio a BG Group (25%) e a Galp Energia (10%).

O consórcio, ainda segundo a nota da estatal, "dará continuidade às atividades e aos investimentos previstos no plano de avaliação aprovado pela ANP (Agência Nacional do Petróleo), no qual consta a perfuração de outros poços até a declaração de comercialidade, prevista para

dezembro de 2010".

Cor

Indústria naval deve contratar "três Maracanãs" até 2014

por Vladimir Platonow, da Agência Brasil publicado 28/06/2010 09:52, última modificação 28/06/2010 09:53

Rio de Janeiro - A verdadeira revolução vivida pelo Brasil na indústria naval está multiplicando empregos em terra firme. O país, que já foi o terceiro maior construtor de navios na década de 1970, viu o setor praticamente falir nas duas décadas seguintes. Hoje, os estaleiros comemoram a retomada do crescimento. O sucesso é puxado principalmente pelo setor petrolífero, impulsionado pelas descobertas no pré-sal, e também pela decisão do governo de impulsionar o transporte marítimo e fluvial, que há muito estava esquecido, substituído pelo transporte rodoviário.



Nos últimos dez anos, os empregos diretos gerados na área pularam de 1,9 mil em 2000 para 46,5 mil em 2009. Em 2014, ano da Copa do Mundo no Brasil, os postos de trabalho diretos devem chegar a 60 mil e os indiretos, a 240 mil, gente suficiente para lotar três estádios como o Maracanã. Os dados são do relatório Cenário 2010 – 1º Trimestre, do Sindicato Nacional da Indústria da Construção e Reparação Naval e Offshore (Sinaval).

A continuidade deste crescimento deverá recolocar o Brasil entre os países líderes na construção naval mundial, graças à decisão do governo de privilegiar os investimentos em estaleiros nacionais, segundo informou o ministro dos Portos, Pedro Britto. Ele previu que, em pouco tempo, o Brasil deverá disputar mercados com potências asiáticas que hoje dominam a construção naval, tanto de navios quanto de plataformas. "Nós temos que estar preparados para competir com os

mil viagens de caminhões por ano. O início das operações está previsto para 2012. A construção das embarcações deve gerar 3 mil empregos.

Professor da UFRJ ^{Cer}avalia sustentabilidade da indústria naval brasileira

por Alana Gandra, da Agência Brasil publicado 10/08/2010 09:39, última modificação 10/08/2010 09:50

Rio de Janeiro - A sustentabilidade da construção naval brasileira ainda depende de fatores como investimentos em pesquisa e desenvolvimento e a formação de recursos humanos, atrelados às políticas para o setor. A observação foi feita pelo professor Floriano Pires, do Programa de Engenharia Oceânica da Coordenação de Pós-Graduação de Engenharia (Coppe) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).



Em sua opinião, a indústria naval no país se encontra em um momento de efervescência após a retomada das atividades, iniciada no ano 2000. Pires vai falar sobre o tema na 7ª Feira e Conferência da Indústria Naval e Offshore (Navalshore), que começa nesta quarta-feira (11) no Rio.

Segundo o especialista, ao contrário do mercado brasileiro, que está em processo de recuperação, o mercado naval internacional, que vinha aquecido nos últimos anos, com preços elevados e prazos longos de entrega, vive atualmente uma situação inversa.

"Hoje, você tem preços em queda, muitos contratos sendo cancelados e os estaleiros tendendo a ficar vazios". Pires analisou, contudo, que o cenário externo preocupante não afeta a indústria nacional, que está se baseando na demanda interna.

Diante da tendência de que os prazos continuem encurtando e os preços sejam reduzidos, ele sinalizou que a indústria naval nacional precisa, dentro de alguns anos, alcançar padrões de desempenho comparáveis aos internacionais. Caso contrário, "a comparação do desempenho nosso fica mais complicada."

O professor defendeu um esforço de recuperação do desenvolvimento tecnológico e de formação de recursos humanos de forma integrada com as políticas de financiamento e de encomendas. "Hoje, a gente tem um aumento considerável de investimentos em pesquisa e desenvolvimento, mas está ainda descolado do desenvolvimento da indústria propriamente dita".

É preciso, segundo ele, que esses investimentos sejam articulados com as estratégias da indústria, abrangendo também o estímulo ao desenvolvimento de fornecedores, entre outros itens.

Floriano Pires aprovou a reativação do antigo Estaleiro Ishibrás, no Caju, zona portuária do Rio, que receberá o nome de Inhaúma, a partir de acordo firmado com a Petrobras, e a construção do estaleiro da Marinha em Itaguaí, para construção de submarinos nucleares.

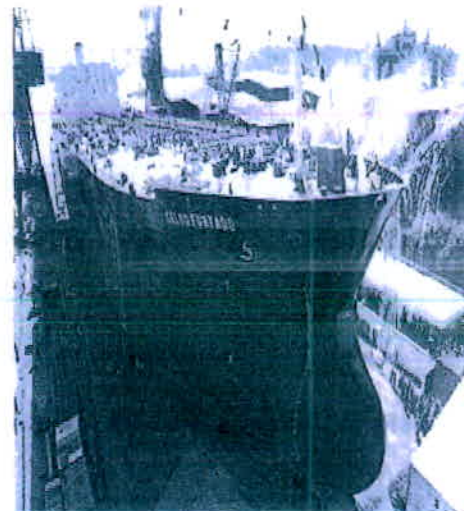
"É muito importante a recuperação do Ishibrás", destacou. O estaleiro foi um dos mais bem estruturados do setor na década de 70, quando a indústria naval viveu seu apogeu.

Apesar da retomada, Pires admitiu que a indústria naval no Brasil ainda tem custos altos para a construção de navios, em comparação a concorrentes internacionais. Isso se deve, na sua opinião, a questões como produtividade. "É preciso melhorar o desempenho, formar gente, ganhar escala, continuidade. São questões industriais e esse processo demora alguns anos para ser superado."

Caixa vai reforçar ^{Cor}financiamento para indústria naval e de peças

por Alana Gandra publicado 12/08/2010 18:32, última modificação 12/08/2010 19:00

Rio de Janeiro - A Caixa Econômica Federal decidiu direcionar mais suas ações para a cadeia de navipeças, englobando os setores de petróleo e gás e a indústria de *offshore* e indústria naval. “É uma estratégia da empresa financiar principalmente a cadeia de fornecedores desses setores. O foco será na pequena e média empresa, além da grande, utilizando a experiência da Caixa para fomentar a competitividade da indústria de fornecedores desses segmentos.”



A afirmação foi feita nesta quinta-feira (12) pelo gerente regional da Caixa, Julio César da Silva Costa. O banco participou pela primeira vez da Feira e Conferência da Indústria Naval e Offshore (Navalshore), cuja sétima edição se estende até esta sexta-feira (13), no Rio de Janeiro.

Leia também:

>> [Indústria naval deve contratar "três Maracanãs" até 2014](#)

>> [Metalúrgicos estão perto de melhor nível de emprego em 20 anos](#)

>> [Em inauguração de petroleiro, Dilma comemora capacidade produtiva do país](#)

O convênio de adesão da Caixa como agente operador do Fundo de Marinha Mercante (FMM), que deverá ocorrer nos próximos dias, deve aumentar a procura da indústria naval por financiamento da instituição. O crédito também deve chegar ao setor de navipeças, assinalou Costa, acrescentando que o segmento já iniciou contatos com a Caixa.

“As possibilidades são inúmeras, principalmente se levarmos em conta os investimentos previstos para o setor, que já estão sendo realizados, tanto na indústria naval, como no setor de petróleo e gás”, disse Costa. Somente a Petrobras, lembrou, prevê investir no país US\$ 224 bilhões até 2014. “Esses R\$ 400 bilhões que vão girar na economia são recursos que precisam ser potencializados e financiados por meio da atuação da Caixa, por exemplo, na cadeia de fornecedores.”

A partir de setembro, uma vez efetuada a adesão da Caixa ao FMM, os financiamentos já poderão ser pleiteados, informou Costa. Para isso, a instituição firmou parceria, por meio de convênios, com o Sindicato Nacional da Indústria da Construção e Reparação Naval e Offshore (Sinaval) e a Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq).

Com recursos próprios, Costa afirmou que não haverá limitação para empréstimos pela Caixa aos setores. “A Caixa não tem limitação de recursos para o setor produtivo. Portanto, os recursos estão disponíveis para os setores naval e de petróleo e gás”.

Barril do petróleo para capitalizar Petrobras vai custar US\$ 8,51

por Sabrina Craide e Wellton Máximo, da Agência Brasil publicado 02/09/2010 09:42, última modificação 02/09/2010 09:54

Brasília – O barril do petróleo que será usado para a capitalização da Petrobras vai custar em média US\$ 8,51. O valor foi comunicado na manhã desta quinta-feira (2) pelo ministro da Fazenda, Guido Mantega.

O preço do barril é importante para definir o valor da capitalização da Petrobras, prevista para ocorrer no dia 30 de setembro. A capitalização será feita por meio da cessão onerosa, na qual o governo poderá ceder à estatal até 5 bilhões de barris de petróleo em áreas ainda não concedidas. O valor da cessão onerosa dos cinco bilhões de barris será de US\$ 2,533 bilhões.



Ministro da Fazenda, Guido Mantega, anuncia o preço do barril de petróleo para capitalizar a Petrobras. (Foto: Agência Brasil)

No fim do ano passado, a Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) contratou a Petrobras para fazer as perfurações que permitirão a coleta de informações sobre os reservatórios do pré-sal. A partir daí, a agência e a estatal definiram as áreas a serem repassadas por meio da cessão onerosa.

Com base no volume que será cedido pela União à Petrobras, uma empresa especializada e independente definiu o valor para essas reservas. Somente com o valor divulgado, a estatal poderá fazer uma oferta privada de ações na bolsa de valores para captar os recursos.

Os membros do Conselho Nacional de Política Energética (CNPE) estiveram reunidos durante duas horas na tarde desta quarta (1º) no Ministério de Minas e Energia para definir os detalhes da operação. O conselho é formado por integrantes dos ministérios de Minas e Energia, Planejamento, Fazenda, Meio Ambiente, Agricultura, Integração Nacional, Desenvolvimento, Ciência e Tecnologia, além da Casa Civil, representantes de estados e de universidades. Depois disso, integrantes do Conselho de Administração da Petrobras se reuniram no Ministério da Fazenda.

Para calcular quanto custa cada barril de petróleo, o governo levou em conta as avaliações independentes contratadas pela Petrobras e pela ANP. Um valor mais alto para o barril representa perdas para a Petrobras e ganhos para a União.

Segundo Mantega, sete campos de reserva serão entregues à Petrobras para exploração: Tupi Sul, Florim, Peroba, Tupi Nordeste, Guará, Iara e Franco. O campo de Peroba, no entanto, só será acionado se a extração nas demais reservas não alcançar o volume de 5 bilhões de barris.

O valor de US\$ 8,51 por barril refere-se à média dos campos de petróleo. O campo de Franco, que deverá fornecer cerca de 3,1 bilhões de barris, terá o valor mais alto: US\$ 9,04. O menor valor será o do petróleo extraído do campo de Iara: US\$ 5,82.

Mantega

O ministro da Fazenda classificou como inédita a operação para capitalizar a estatal brasileira de energia. "Esta é a maior operação dessa natureza que já foi feita", disse.

O processo de capitalização terá um índice mínimo de nacionalização de 37% para o período exploratório. Na fase de implantação, o mínimo passa para 55% e o médio para 65%. "É uma maneira de fomentar a

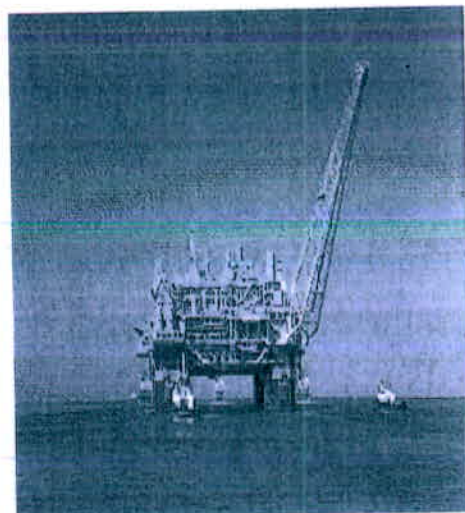
O ministro de Minas e Energia, Márcio Zimmermann, disse que o processo vai sofrer revisões individualizadas por blocos. O presidente da Petrobras, José Sergio Gabrielli, lembrou que a escolha da área de Franco para fazer a maior capitalização reflete o melhor conhecimento exploratório que existe no momento. "Não teremos nenhum risco em relação ao volume (de petróleo)", disse.

No fato relevante enviado hoje ao mercado, a Petrobras afirma que o valor do contrato de cessão onerosa foi determinado por meio de negociação entre a Petrobras e a União, baseado em laudos elaborados por certificadoras independentes. Também ressalta que todos os termos do contrato foram aprovados pelo Conselho nacional de Política Energética (CNPE).

Custo do barril de petróleo do pré-sal^{Cor} tende a ser mais positivo para Petrobras, diz engenheiro

por Pedro Peduzzi, da Agência Brasil publicado 02/09/2010 14:44, última modificação 02/09/2010 14:48

Brasília - O custo médio de US\$ 8,51 por barril de petróleo da camada pré sal, anunciado ontem (1º) pelo governo, tende a ser mais positivo para Petrobras do que para a União, uma vez que a tendência é de que quando a exploração começar a ser feita, o preço do barril esteja muito mais caro do que o valor atual de mercado. A opinião é do presidente da Associação dos Engenheiros da Petrobras (Aepet), Fernando Leite Siqueira.



“Este valor [US\$ 8,51] é bom, mas por ser estático representa risco para todo mundo porque não considera a tendência de alta do preço do petróleo”, disse Siqueira à Agência Brasil. Segundo ele, ao atingir o pico de produção, a tendência mundial é de que haja em breve um choque de demanda. “Com isso, o preço subirá e a União vai perder”, acrescentou. “Claro que se houver queda de preço, será a Petrobras a parte prejudicada”, completou.

Para evitar que uma das partes arque com o prejuízo, o presidente da Aepet sugere que, a cada venda de petróleo da Petrobras, fossem feitos acordos de contas entre a estatal e a União, após a contabilização de todos os custos financeiros e de produção por parte da empresa.

“Como o preço é estático, alguém ganhará e alguém perderá quando o produto for vendido. Se houvesse um mecanismo que abrisse a

possibilidade de ajustar esse preço em função do valor de mercado e do lucro obtido, descontados os custos financeiros e de produção, não haveria o risco de alguma das partes sair prejudicada”, argumentou o engenheiro. “Hoje, o risco maior é da União, porque o petróleo tende a subir”, reforça.

O presidente da Aepet avalia que a variação do preço a ser acertado com a União não afugentaria os investidores porque daria a eles mais certeza de que a Petrobras não perderia. “A formatação [da definição do preço] poderia ter sido melhor. Mas não deixa de ser uma boa solução porque permite à Petrobras captar recursos a um preço baixo”.

O barril de petróleo que será usado para a capitalização da Petrobras vai custar em média US\$ 8,51. O valor da cessão onerosa dos 5 bilhões de barris será de US\$ 42,533 bilhões. A definição desse preço é importante para definir o valor da capitalização da Petrobras, prevista para ocorrer no dia 30 de setembro. Sete campos de reserva serão entregues à Petrobras para exploração: Tupi Sul, Florim, Peroba, Tupi Nordeste, Guarará, Iara e Franco. O Campo de Peroba, no entanto, só será acionado se a extração nas demais reservas não alcançar o volume de 5 bilhões de barris.

O valor de US\$ 8,51 por barril refere-se à média dos campos de petróleo. O Campo de Franco, que deverá fornecer 3,1 bilhões de barris, terá o valor mais alto: US\$ 9,04. O menor valor será o do petróleo extraído do Campo de Iara: US\$ 5,82.

Cor

por Redação da RBA | publicado 23/09/2010 17:43, última modificação 23/09/2010 17:48

Paulo", explicou Lula. "E amanhã nós vamos fazer uma coisa que nunca aconteceu... Nós vamos capitalizar a Petrobras, por conta do pré-sal, que vai ser a maior capitalização já feita na história da humanidade... Não será menos do que 70 bilhões de dólares", afirmou.

A União deve aplicar R\$ 74,8 bilhões na oferta, resultado da cessão de 5 bilhões de barris para a Petrobras, deverá elevar sua participação no capital da companhia, atualmente em torno de um terço do total. Instituições financeiras estatais, como o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), também devem comprar ações da companhia.

Com os recursos da oferta, a Petrobras vai melhorar seu perfil de endividamento e terá dinheiro para implementar as centenas de projetos de seu plano de cinco anos (2010-2014), destinado principalmente a avançar com a exploração das reservas gigantes descobertas no pré-sal da bacia de Santos.

Com informações da Reuters

Capitalização da Petrobras levará ^{Cor} Governo Central a ter superávit recorde, prevê Tesouro

por Daniel Lima, da Agência Brasil publicado 28/09/2010 13:09, última modificação 28/09/2010 13:10

Brasília - O Governo Central (Previdência Social, Banco Central e Tesouro Nacional) obterá em setembro o maior superávit primário (economia para honrar compromissos financeiros) da história em consequência da capitalização da Petrobras, informou nesta terça (28) o secretário do Tesouro Nacional, Arno Augustin.

O maior resultado primário registrado até agora foi de R\$ 16,7 bilhões, em abril de 2008. Arno Augustin, que divulgou hoje o resultado fiscal do Governo Central, não informou os valores estimados.

"Infelizmente, nos últimos dias estamos em uma situação difícil de um diálogo que só tem uma parte. Nós não podemos falar sobre capitalização da Petrobras. Poderemos assim que houver a liquidação (amanhã)", disse.

O secretário informou ainda que a previsão de um resultado recorde para o superávit primário em setembro é em comparação com qualquer mês e não apenas com meses de setembro.

Este ano, o Governo Central conseguiu até agosto superávit acumulado de R\$ 29,4 bilhões, R\$ 11,3 bilhões a mais do que a meta estabelecida para o período. Amanhã, o Banco Central divulgará o resultado de todo o setor público.

“O país foi se autodestruindo. Aprendemos que era melhor importar [plataformas], que era mais barato. Mas a cada plataforma que se construía lá fora, a cada emprego que não se gerava por aqui, quantos adolescentes permitimos que fossem encaminhados para a criminalidade, pela falta de perspectiva de trabalho. É a falta de esperança que leva um adolescente ao desespero”, afirmou.

Lula também aproveitou seu discurso na cerimônia de batismo da P-57 para criticar a gestão de governos anteriores na Petrobras. Disse que, em outras épocas, a empresa estatal petrolífera era considerada uma caixa-preta. “Hoje a Petrobras é uma caixa transparente”, disse.

No discurso, Lula também se despediu de Angra dos Reis, dizendo que não voltará mais à cidade até o fim de seu mandato, em 31 de dezembro deste ano. O presidente aproveitou para afirmar que teve um mandato “republicano” e que nunca deixou de beneficiar qualquer estado ou prefeitura por ser controlada por um partido político diferente do seu.

Petrobras inicia até o fim do mês exploração comercial do petróleo do pré-sal

por Vinicius Konchinski, da Agência Brasil publicado 18/10/2010 16:50, última modificação 18/10/2010 16:54

São Paulo – A Petrobras inicia no fim deste mês a exploração comercial do petróleo da camada pré-sal. O presidente da estatal, José Sergio Gabrielli, afirmou nesta segunda-feira (18) que as operações comerciais no Campo de Tupi devem começar entre os dias 27 e 28. O anúncio foi feito após a inauguração de novas unidades da Refinaria Henrique Lage (Revap), em São José dos Campos (SP). A cerimônia contou com a participação do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Segundo Gabrielli, a exploração experimental de Tupi começou em maio. Atualmente, são extraídos do campo cerca de 14 mil barris de petróleo por dia. Com o início da exploração comercial, a extração pode chegar a 100 mil barris por dia. “Claro que isso não será obtido logo no início, mas é a capacidade”, disse Gabrielli.

O presidente da Petrobras também falou sobre a queda no preço das ações da companhia verificada nos últimos meses. Segundo ele, o motivo foi a taxaação dos investimentos estrangeiros imposta pelo governo para conter a desvalorização do dólar e não por desconfiança dos investidores no processo de capitalização da estatal.

“As ações caíram essencialmente no momento em que grandes investidores quiseram usar uma brecha da mudança do IOF [Imposto Sobre Operações Financeiras]”, justificou.

“Quando aumentou o imposto, existia a possibilidade de você vender os investimentos em ações, transformá-los em reais e comprar títulos de renda fixa. No momento em que isso foi alterado, as ações voltaram se recuperar.”

Lula comemora números do emprego e diz que indústria naval voltou ao patamar de 1970

por Mariana Jungmann, da Agência Brasil publicado , última modificação 21/10/2010 18:25

Brasília – O presidente Luiz Inácio Lula da Silva disse nesta quinta-feira (21), que os números divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que a cidade de Porto Alegre atingiu o pleno emprego e que os números de desemprego do resto do país são "baixos para os padrões sulamericanos. Em agosto a gente tinha 6,7% [de desempregados] o que eu já acho muito baixo para os padrões sulamericanos - agora caiu para 6,2%. Em Porto Alegre, caiu de 4,6% para 4,1%. [Esse número] em qualquer lugar do mundo é considerado pleno emprego", afirmou o presidente.



Lula falou com os jornalistas após cerimônia de inauguração do Polo Naval de Rio Grande (RS). Segundo ele, a indústria naval brasileira está recuperada das perdas que sofreu desde a década de 1970 e que os investimentos no setor devem continuar crescendo.

“Eu acho que muita gente não acreditou no Brasil. A indústria naval brasileira em 1970 tinha 50 mil trabalhadores. Em 2002 quando eu estava disputando as eleições, ela tinha 1,9 mil trabalhadores e hoje ela já está com 50 mil outra vez. Naquele tempo se dizia que o Brasil não tinha condição de fazer plataformas e sondas e hoje nós estamos mostrando que a gente consegue fazer até mais coisas do que imaginava

que podia fazer. Agora não vai parar mais de crescer a indústria naval”, afirmou o presidente.

Lula disse que no seu governo tem sido investido R\$ 1 bilhão por mês só na área de transportes. O presidente afirmou ainda que a orientação do governo e da Petrobras é que os trabalhadores contratados para as obras da empresa sejam do local onde o investimento está acontecendo. “A orientação nossa é que a maioria das pessoas contratadas sejam da região, porque nós queremos fazer crescer cada região. Por isso estamos fazendo investimentos na educação, porque nós sabemos que vamos precisar de mão de obra altamente qualificada”, completou Lula.

O presidente falou também sobre a política de recuperação do salário mínimo e negou que os aposentados tenham tido prejuízos durante o seu governo. Segundo Lula, os reajustes de aposentadorias dos últimos oito anos nunca foram menores que a inflação e em muitos momentos foram superiores a ela.

“É claro que tem que ver isso com muita atenção porque a previdência é dos próprios trabalhadores, ela não pode quebrar. Ela tem que se manter equilibrada e na medida que vai gerando mais emprego, mais arrecadação da previdência, você vai recuperando também os prejuízos que os aposentados tiveram ao longo da história do país”.

Lula segue para a cidade de Pelotas (RS), onde irá inaugurar, ainda hoje, novas instalações no campus da universidade federal local.

Cor

por Vladimir Platonow, da Agência Brasil publicado 22/10/2010 18:21, última modificação 22/10/2010 18:23

● e Tupi e confirma que a espessura do reservatório de petróleo e gás chega a 128 metros.

(10%).

A próxima etapa será de testes para estabelecer a produtividade.

“Confirmadas as produtividades esperadas, o consórcio BMS-11 estudará a instalação, no sul da área de Tupi, de um dos primeiros navios-plataforma padronizados que estão sendo projetados para operar no pré-sal da Bacia de Santos”, informou em nota a estatal.

Petrobras comunica ^{Cor}nova descoberta de petróleo na Bacia Sergipe-Alagoas

por Agência Brasil publicado 27/10/2010 11:51, última modificação 27/10/2010 11:53

Rio de Janeiro - A Petrobras informou nesta quarta (27) que encontrou petróleo no primeiro poço perfurado em águas ultraprofundas da Bacia de Sergipe-Alagoas. De acordo com a estatal, o petróleo é de qualidade semelhante ao encontrado nas águas profundas da Bacia de Campos.

“Foi confirmada a existência de grandes acumulações nas porções mais distantes dessa bacia, com volumes superiores àqueles encontrados nos campos de Guaricema e Dourado, em águas rasas. Dados obtidos nos testes indicam a presença de petróleo leve”, diz a nota da Petrobras.

Segundo a estatal, as informações obtidas até agora do poço “são suficientes para atestar a descoberta de uma nova província petrolífera na Bacia Sergipe-Alagoas”.

A área é explorada pelo consórcio formado pela Petrobras (com 60%) e IBV-Brasil (40%), que, segundo a Petrobras, dará continuidade às atividades e aos investimentos, com a perfuração de outros poços pioneiros e a elaboração de um plano de avaliação de descoberta, ainda a ser definido pela Agência Nacional do Petróleo (ANP).

Cor

Para petroleiro, PSDB não privatizou Petrobras 'porque o povo não deixou'

Sindicalista descarta caráter privatista do governo Lula e atribui presença de empresas privadas e estrangeiras em lotes do Pré-sal ao marco regulatório aprovado em 1997

por patriciasanfer publicado , última modificação 28/10/2010 10:05

São Paulo – O coordenador da Federação Única dos Petroleiros (FUP), João Antonio de Moraes, atribui o fato de haver empresas estrangeiras explorando parte das reservas do Pré-sal à legislação vigente no país até este ano. O marco regulatório anterior, explica o sindicalista, foi fruto de normas aprovadas em 1997, no governo de Fernando Henrique Cardoso, que obrigava o governo a leiloar as áreas de exploração. Para ele, o governo do PSDB fatiou a Petrobras e só não privatizou a companhia "porque o povo não deixou".



No debate entre presidenciáveis, promovido pela TV Record na segunda-feira (25), José Serra (PSDB) acusou a candidata governista Dilma Rousseff (PT) de ter privatizado áreas de extração da Petrobras quando esteve à frente do Ministério de Minas e Energia. O objetivo do candidato tucano foi se defender diante da insistente campanha do PT, que afirma que o tucano pretende privatizar o Pré-sal. O tucano desmentiu a tese e apontou o fato de que 108 empresas privadas, das quais metade é estrangeira, exploram lotes das reservas.

Moraes explica que, de fato, áreas descobertas pela Petrobras foram levadas a leilão, mas a medida cumpria a lei então em vigor. A legislação estabelecida em 1997 acabou com o monopólio estatal do petróleo no Brasil e criou o modelo de concessão. A Lei do Petróleo foi seguida até a descoberta das reservas marítimas da camada Pré-sal, quando um novo marco regulatório foi encaminhado ao Congresso Nacional em 2009. Embora a maior parte dos pontos dos quatro projetos de lei apresentados tenha sido aprovada, ainda há pontos pendentes, como os relacionados aos royalties.

"Criaram (*no governo FHC*) mecanismos para impedir que a Petrobras continuasse crescendo", sustenta Moraes. "Nos editais de concorrência, havia itens que impediam a participação da empresa", lembra. Para ele, o petróleo brasileiro foi "corrompido" pelo governo tucano, e a Petrobras passou por um processo de desmembramento.

A separação da companhia em diferentes partes criou um clima tenso nas refinarias: "Ele (*Fernando Henrique Cardoso*) separou as refinarias, criando rivalidade. Venderam 30% da Refinaria Alberto Pasqualini, a Refap, para uma empresa espanhola, alegando que era preciso diminuir a participação da Petrobras para estimular a concorrência. Em outras palavras, privatizou", pontua o petroleiro.

O modelo de concessão veio em um período anterior à crise cambial no país e de descapitalização da Petrobras, que estava sem recursos para a exploração do petróleo. Em 2002, a empresa vivenciou uma nova fase conturbada, com forte redução no número de trabalhadores.

Segundo dados da FUP, em 1995 havia 60 mil empregados na Petrobras, cujo capital residia em 85% nas mãos do Estado. Em 2002, o número do trabalhadores havia caído para 33 mil e 40% do capital total do petróleo permanecia com o Estado. "Fernando Henrique só não privatizou tudo porque o povo não deixou", critica Moraes, se referindo à greve de petroleiros de 1995, que durou 33 dias, sendo uma das maiores greves da

história da Petrobras.

O governo Lula capitalizou a Petrobras e investiu em pesquisa, o que culminou na descoberta do pré-sal. Agora o governo tenta mudar o marco regulatório para liberar o pré-sal das concessões. “A mudança só não foi aprovada ainda porque as bancadas do DEM e do PSDB votam contra. Por nós, petroleiros, o monopólio deveria voltar a ser 100% da Petrobras”, afirma Moraes, funcionário da Petrobras desde 1984.

Segundo o coordenador da FUP, o programa de governo de Serra propõe claramente o retorno à realidade de 2002, enquanto Dilma pensa o Estado como indutor do desenvolvimento nacional. Por isso, ele faz questão de declarar sua posição política até no recado da secretária eletrônica do celular: “Dia 31 de outubro, o Brasil não voltará atrás. É Dilma presidente.”

Modelo de concessão

No regime de concessão de exploração de petróleo, a empresa compradora assume o risco de não encontrar petróleo algum naquela área. Mas se localiza, fica com o lucro e paga uma "comissão" ao Estado. Mas o risco de não se obter petróleo nos campos do pré-sal é muito baixo segundo os estudos realizados até aqui, o que motivou o governo a alterar as normas.

Na visão do governo, como a Petrobras, sozinha, não teria estrutura para explorar uma área tão extensa, haveria necessidade de incluir empresas privadas. Para evitar que a lucratividade maior nesses campos ficasse com as companhias, a proposta de novo marco regulatório inverteu os fatores do chamado regime de partilha. É o Estado que fica com o lucro do petróleo extraído, pagando uma comissão à empresa extratora pelo serviço prestado.

Apesar de José Serra dizer que não pretende privatizar a Petrobras e

apontar Dilma como responsável pela presença de estrangeiros no Pré-sal, as bancadas do PSDB e do DEM no Congresso opuseram-se à mudança de legislação no Congresso Nacional. O principal assessor do tucano para a área, Ildo Sauer, ex-diretor de Gás e Energia da Petrobras, também manifesta críticas à mudança da Lei do Petróleo de 1997, embora rejeite e critique a pecha de "privatista".

Superpoço de Libra, ^{Cor}no pré-sal, pode ter mais óleo que a soma de todas as reservas brasileiras

por Nielmar de Oliveira, da Agência Brasil publicado 29/10/2010 16:32, última modificação 29/10/2010 16:35

Rio de Janeiro — A Agência Nacional de Petróleo (ANP) informou nesta sexta-feira (29) que a reserva de Libra, no pré-sal da Bacia de Santos, pode conter mais petróleo do que a soma de todas as reservas já comprovadas no país. O volume de óleo recuperável em Libra pode chegar a 15 bilhões de barris. Atualmente, as reservas brasileiras somam 14 bilhões de barris. O maior poço já descoberto na plataforma continental até agora foi o de Tupi, também no pré-sal da Bacia de Santos, com reservas estimadas entre 5 bilhões e 8 bilhões de barris.



Segundo a ANP, Libra fica em um bloco de propriedade integral da União e foi auditado pela certificadora Gaffney, Cline & Associates. A certificadora avaliou que o volume recuperável pode variar entre 3,7 bilhões e 15 bilhões de barris, sendo mais provável a possibilidade de extração de 7,9 bilhões de barris. “Esta descoberta, situada no gigantesco prospecto Libra conforme expresso no relatório da certificadora, valoriza enormemente o patrimônio da União”, afirmou a agência reguladora em nota.

O poço situa-se a 183 km da costa do Rio de Janeiro, sob 1.964 metros de lâmina d'água e a 5,4 quilômetros de profundidade. “A profundidade final prevista, de cerca de 6.500 metros, é estimada para ser alcançada no

início de dezembro próximo”, informou a ANP.

Com capitalização da ^{Cor}Petrobras, setor público registra maior superávit primário da série do BC

por Kelly Oliveira, da Agência Brasil publicado 29/10/2010 12:59, última modificação 29/10/2010 13:01

Brasília - O setor público, formado pelos governos federal, estaduais e municipais, registrou superávit primário – economia feita para o pagamento de juros da dívida – de R\$ 27,756 bilhões em setembro, informou nesta sexta-feira (29) o Banco Central (BC). Esse é o maior resultado da série histórica do BC, iniciada em dezembro de 2001.

O Governo Central (Tesouro, Banco Central e Previdência) contribuiu com R\$ 25,594 bilhões, enquanto os governos estaduais registraram superávit de R\$ 1,335 bilhão. Os governos municipais apresentaram superávit primário de R\$ 318 milhões e as empresas estatais, excluído o grupo Petrobras, de R\$ 509 milhões.

“O superávit do governo central foi influenciado pelo recebimento de receitas da cessão onerosa pela exploração do petróleo, pagas pela Petrobras, com montante superior às despesas com a capitalização da empresa”, informa relatório do BC.

No último dia 26, a Secretaria do Tesouro Nacional já havia afirmado que o Governo Central obteve em setembro recorde no superávit primário em consequência da capitalização da Petrobras. Esse processo resultou em R\$ 31,9 bilhões em receitas para o Governo Central.

O resultado é fundamental para que o setor público consiga atingir a meta de superávit primário de 3,3% do Produto Interno Bruto (PIB). Esse percentual pode ainda ser reduzido em 0,90 ponto percentual, referente ao Programa de Aceleração do Crescimento (PAC).

De janeiro a setembro, o superávit primário ficou em US\$ 75,537 bilhões, o que corresponde a 2,90% do PIB. Em 12 meses encerrados em setembro, o resultado primário positivo chega a US\$ 102,341 bilhões e representa 2,96% do PIB.

Nos nove meses do ano, o pagamento de juros da dívida pública chegou a R\$ 139,770 bilhões, contra R\$ 124,973 bilhões no mesmo período do ano passado. Somente em setembro, esse pagamento chegou a R\$ 15,973 bilhões, contra R\$ 16,664 bilhões registrados em igual mês de 2009.

O resultado primário é a diferença entre as receitas e as despesas, excluídos os juros da dívida pública. Ao serem incluídos os gastos com juros, tem-se o resultado nominal, que teve superávit de R\$ 11,782 bilhões, em setembro. Nos nove meses do ano, o setor público apresentou déficit nominal de R\$ 64,233 bilhões, contra R\$ 87,260 bilhões do mesmo período de 2009.

Cor

Superpoço de Libra, no pré-sal, pode ter mais óleo que a soma de todas as reservas brasileiras

por Nielmar de Oliveira, da Agência Brasil publicado 29/10/2010 16:32, última modificação 29/10/2010 16:35

Rio de Janeiro – A Agência Nacional de Petróleo (ANP) informou nesta sexta-feira (29) que a reserva de Libra, no pré-sal da Bacia de Santos, pode conter mais petróleo do que a soma de todas as reservas já comprovadas no país. O volume de óleo recuperável em Libra pode chegar a 15 bilhões de barris. Atualmente, as reservas brasileiras somam 14 bilhões de barris. O maior poço já descoberto na plataforma continental até agora foi o de Tupi, também no pré-sal da Bacia de Santos, com reservas estimadas entre 5 bilhões e 8 bilhões de barris.



Segundo a ANP, Libra fica em um bloco de propriedade integral da União e foi auditado pela certificadora Gaffney, Cline & Associates. A certificadora avaliou que o volume recuperável pode variar entre 3,7 bilhões e 15 bilhões de barris, sendo mais provável a possibilidade de extração de 7,9 bilhões de barris. “Esta descoberta, situada no gigantesco prospecto Libra conforme expresso no relatório da certificadora, valoriza enormemente o patrimônio da União”, afirmou a agência reguladora em nota.

O poço situa-se a 183 km da costa do Rio de Janeiro, sob 1.964 metros de lâmina d'água e a 5,4 quilômetros de profundidade. “A profundidade final prevista, de cerca de 6.500 metros, é estimada para ser alcançada no