

O Dia, 8 de novembro de 2021

Sindicato acusa Petrobras de fazer 'propaganda enganosa'

Federação Única dos Petroleiros diz que reajustes são determinados pela política de Preço de Paridade de Importação, adotada pela empresa

Por: Redação

Enquanto a Petrobras veicula na TV uma propaganda sobre o preço da gasolina, afirmando que fica com R\$ 2,33 de cada litro do combustível vendido no país, a Federação Única dos Petroleiros (FUP) contesta essa informação. “O anúncio adota a estratégia negacionista do Governo Federal, atribuindo a terceiros a causa principal dos aumentos dos preços da gasolina”, afirma o coordenador-geral da FUP, Deyvid Bacelar.

A propaganda fala em “transparência”. Mas, para o dirigente, é “para inglês ver e ouvir”. “A empresa não menciona que os seguidos reajustes são determinados pela política de Preço de Paridade de Importação (PPI) adotada pela empresa, e que norteia os demais agentes do mercado”, comenta o coordenador.

Pelo PPI (política de preço que teve início durante o governo de Michel Temer), a direção da Petrobras reajusta os preços de acordo com a variação do dólar e a cotação internacional do petróleo, além dos custos de importação, mesmo o Brasil sendo autossuficiente no produto. Segundo cálculos da assessoria econômica da FUP, cerca de um terço de seus custos de produção de petróleo e refino possuem uma aderência ao câmbio e aos preços internacionais. “A propaganda omite que, que, individualmente, a Petrobras fica com a maior parte do preço total”, ressalta Bacelar.

A FUP afirma que o comercial não mostra que a Petrobrás estaria elevando sua participação nessa conta. O preço da refinaria saiu de 28,7%, em 2017, e atingiu

33,4% agora, em 2021, segundo um estudo do Dieese que compara esses valores ao longo dos dez últimos anos. “A Petrobras está obtendo superlucros às custas dos consumidores brasileiros, que estão sendo utilizados em antecipação de dividendos aos acionistas, totalizando R\$ 63,4 bilhões (cerca de US\$ 12 bilhões) em 2021. Enquanto isso, tanta gente sem dinheiro para conseguir comprar um botijão de gás, que já representa cerca de 10% do salário mínimo”, completa Bacelar.

“Com a adoção do PPI, a companhia deixou de atuar como um instrumento da política energética do Estado brasileiro, que deveria ter como objetivos garantir, ao mesmo tempo, a segurança de abastecimento, o crescimento econômico e o acesso energético aos mais vulneráveis – para se tornar uma empresa que está estritamente voltada para a sua acumulação interna de capital”, explica o pesquisador do Instituto de Estudos Estratégicos de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (INEEP), Eduardo Costa Pinto.

Posicionamento da Petrobras - Procurada pela reportagem para comentar as afirmações feitas pela Federação Única dos Petroleiros, a empresa, por meio de nota, disse que "A campanha publicitária da Petrobras, atualmente em veiculação em TV e canais digitais, é uma iniciativa da companhia, com o objetivo de esclarecer a parcela que cabe à Petrobras em cada litro de gasolina na bomba, e a composição do preço final do combustível".

Link para a matéria original:

<https://odia.ig.com.br/economia/2021/11/6269523-sindicato-acusa-petrobras-de-fazer-propagando-enganosa.html>