

Apoiadora do cinema nacional desde a 'retomada', Petrobras completa 30 anos de aposta no audiovisual

Por Pedro Sobreiro

Paralelamente ao Festival do Rio, a Petrobras promoveu uma mesa de debate sobre os últimos 30 anos do cinema nacional. A bancada, formada pelo ator Rodrigo Santoro, pelo produtor Flávio Tambellini - em cartaz com "O Malês", por Sílvia Cruz, diretora da Vitrine Filmes - que está distribuindo "O Agente Secreto", e pelo gerente de patrocínios culturais da Petrobras, Milton Bittencourt, compartilhou experiências e desafios enfrentados no ramo do cinema nas últimas três décadas.

O painel, mediado pela cineasta Marina Person, foi realizado na Cinemateca do MAM, um dos mais curiosos espaços do Rio de Janeiro, e contou com jornalistas, influenciadores e personalidades do meio cinematográfico, além de funcionários da própria Petrobras.

O debate foi aberto com uma homenagem ao pai de Rodrigo, Francesco Santoro, que foi engenheiro da empresa por anos. Emocionado, Rodrigo lembrou da trajetória do pai, que veio foragido da Itália no período da Segunda Guerra Mundial e estudou sozinho para poder se formar engenheiro e prosperar. Ele também falou sobre a importância do apoio paterno em sua formação como ator. "Ele compreendeu e jamais me desencorajou a seguir meu caminho", lembrou o ator.

Em cartaz nos cinemas com "O Malês", que estreou nesta quinta (2), Flávio Tambellini definiu o cinema como uma



Filmes como "O Agente Secreto" e "O Malês", apoiados pela empresa, foram temas do debate com ícones do cinema nacional, que aconteceu no MAM

"política de Estado".

"Não existe país forte sem um cinema forte. O presidente Roosevelt, dos Estados Unidos, dizia que 'os nossos produtos vão chegar aonde o cinema americano chegar'. Então, o cinema é a nação. Eu fiz dois filmes com o Rodrigo [Santoro] que foram patrocinados pela Petrobras: 'Carandiru' e 'Desafinados'. O cinema é uma política de Estado. A memória do cinema brasileiro é pautada pela dificuldade. Sei disso porque meu pai era do cinema também. A gente fala sempre em renascimento ou em retomada, e pela primeira vez em muito tempo, a gente sente que o cinema brasileiro - que sempre teve filmes extraordinários, mas viveu esse processo de cair e levantar - está sentindo algo forte, permanente. Não uma fase, mas algo duradouro. E isso é resultado do que foi feito lá atrás, e com a entrada das grandes empresas,

como a Petrobras, que tiveram essa visão de entender o que é o cinema, é uma dádiva. É importante ter pessoas que acreditam no cinema", disse Tambellini.

Rodrigo Santoro refletiu sobre o poder do cinema e a importância de ter apoio de empresas de grande porte para promover a arte como ferramenta.

"É importante enxergar o cinema como uma ferramenta. 'O Malês' teve sua exibição solicitada por universidades americanas, como Harvard. É o cinema como ferramenta educativa. Quando a gente vai ao cinema, a gente é exposto a realidades que podem ser muito diferentes das que a gente vive. E o que isso faz? Exercita a empatia. Através de um filme, você consegue trabalhar um processo de compreensão de emoções humanas complexas. A gente reflete o fenômeno da vida, a gente se vê, a gente se analisa. E quando a gente

enxerga realidades diferentes, o cinema leva para esse lugar, e você começa a compreender, como espectador, questões complexas, como a injustiça social. Isso é de um poder incrível! O real valor do patrocínio dentro da cultura, dentro do cinema, é que ele jamais vai acabar, mas seguirá se adaptando, se inovando. É por isso que a gente assiste filmes de uma cultura completamente diferente, da Turquia, por exemplo, e se emociona. É muito importante apoiar essa experiência humana", completou Santoro.

Por fim, o gerente de patrocínios culturais da Petrobras, Milton Bittencourt, explicou o motivo da Petrobras apoiar o cinema nacional, prevendo mais de R\$ 100 milhões investidos no área até 2027, após o sucesso de "O Agente Secreto", que deve representar o Brasil no Oscar.

"A gente tem muito orgulho de in-

vestir na cultura, porque tem um impacto direto na economia, gerando empregos em diversas áreas. E cultura a gente faz e vive juntos. O programa incentiva a brasilidade e a diversidade, reforçando o orgulho de ser brasileiro. Desenvolver a cultura é desenvolver o país. E o patrocínio é uma ferramenta de comunicação que possibilita a presença da Petrobras junto à sociedade. Em momentos especiais, ao ver um filme, as pessoas veem a Petrobras. Isso cria uma conexão. As pessoas querem trabalhar com a empresa porque veem a empresa", explicou.

Nesses 30 anos de parceria, que começou em uma época na qual o cinema nacional estava completamente sucateado, foram mais de 600 filmes patrocinados, incluindo sucessos como 'Tropa de Elite', 'Cidade de Deus' e 'Bacurau'. E a tendência é que venham muitos mais por aí.

AGÊNCIA YXE



ANUNCIA MICHEL TELÓ EM SUA PROGRAMAÇÃO.

O evento que debate a sustentabilidade agroambiental também será palco para a celebração e entretenimento.

O Rio+Agro não se limita aos debates sobre o futuro da agronegócio. O fórum internacional preparou uma **programação musical especial** para o público, transformando o espaço em um ponto de encontro que une conteúdo, *networking* e entretenimento.

Um dos destaques da agenda é o show do **Michel Teló**. O ícone da música sertaneja traz seus grandes sucessos e sua energia ao palco do evento, garantindo um momento de celebração para todos os participantes.

Com essa combinação de palestras inspiradoras e uma atração musical de peso, o **Rio+Agro** se consolida como um evento completo, criando experiências memoráveis e reforçando seu papel como ponto de encontro único entre inovação, cultura e celebração.