

FOGO

FIM DE SEMANA TEVE MAIOR
NÚMERO DE FOCOS DE INCÊN-
DIO DURANTE O ANO

CIDADES

PREVINA-SE

LIVRO APRESENTA DICAS PARA
CONSUMIDOR EVITAR MAUS
PRODUTOS E SERVIÇOS

6

4

CORREIO BRASILIENSE

Brasília, terça-feira, 26 de agosto de 1997

DF - Economia

Micarecandanga rendeu faturamento estimado de R\$ 3,9 milhões e prejuízo financeiro para o governo

LÍNGUAS DIFERENTES

Quando integrantes do GDF e

Alexandre Botão
e Igor Germano
Da equipe do **Correio**

Na Micarecandanga, quando se trata de dinheiro, os cifrões assumem proporções maiores ou menores, dependendo para onde vão.

Se for o lucro da Monday Monday (empresa que organiza a festa), por exemplo, os números são macros. Já com a arrecadação do Governo do Distrito Federal (GDF) os zeros vão diminuindo.

Pior ainda: levando em consideração só o que entrou e saiu de dinheiro dos cofres do GDF, o governo terá gasto mais que arrecadou.

O secretário de Comunicação do governo, Luiz Gonzaga Motta, achou que o evento Micarecandanga era um bom negócio para se investir em publicidade. Separou R\$ 150 mil da cota publicitária e mandou produzir balões, faixas, outdoors e todo o tipo de parafernália para fazer propaganda do governo nos quatro dias de festa. "Não foi gasto, foi investimento", argumenta.

O valor de R\$ 150 mil era exatamente o que a Monday Monday tinha de pagar a algumas empresas do próprio governo pelos serviços prestados durante a Micare: R\$ 38,7 mil para a CEB, R\$ 1,3 mil para a Caesb, R\$ 80 mil para o SLU e R\$ 30 mil para a Novacap. Então o secretário de Comunicação fez o seguinte: em vez de pagar esses R\$ 150 mil e pagar à Monday Monday o espaço publicitário, ele usou o dinheiro para pagar as empresas do governo e livrar a Monday da dívida.

Do ponto de vista legal, não há nada de errado nisso. Mas além de o investimento publicitário ser questionável, o secretário esqueceu de avisar até a quem tem dinheiro para receber: o diretor de operações do SLU, João José Azevedo, por exemplo, não sabia de nada: "A Monday Monday está devendo para nós R\$ 80 mil. Eles vão ter que pagar. Agora a forma de pagamento ainda estão negociando", disse ontem à tarde.

Alexandre Botão
e Igor Germano
Da equipe do **Correio**

Na Micarecandanga, quando se trata de dinheiro, os cifrões assumem proporções maiores ou menores, dependendo para onde vão.

Se for o lucro da Monday Monday (empresa que organiza a festa), por exemplo, os números são macros. Já com a arrecadação do Governo do Distrito Federal (GDF) os zeros vão diminuindo.

Pior ainda: levando em consideração só o que entrou e saiu de dinheiro dos cofres do GDF, o governo terá gasto mais que arrecadou.

O secretário de Comunicação do governo, Luiz Gonzaga Motta, achou que o evento Micarecandanga era um bom negócio para se investir em publicidade. Separou R\$ 150 mil da cota publicitária e mandou produzir balões, faixas, outdoors e todo o tipo de parafernália para fazer propaganda do governo nos quatro dias de festa. "Não foi gasto, foi investimento", argumenta.

O valor de R\$ 150 mil era exatamente o que a Monday Monday tinha de pagar a algumas empresas do próprio governo pelos serviços prestados durante a Micare: R\$ 38,7 mil para a CEB, R\$ 1,3 mil para a Caesb, R\$ 80 mil para o SLU e R\$ 30 mil para a Novacap. Então o secretário de Comunicação fez o seguinte: em vez de pagar esses R\$ 150 mil e pagar à Monday Monday o espaço publicitário, ele usou o dinheiro para pagar as empresas do governo e livrar a Monday da dívida.

Do ponto de vista legal, não há nada de errado nisso. Mas além de o investimento publicitário ser questionável, o secretário esqueceu de avisar até a quem tem dinheiro para receber: o diretor de operações do SLU, João José Azevedo, por exemplo, não sabia de nada: "A Monday Monday está devendo para nós R\$ 80 mil. Eles vão ter que pagar. Agora a forma de pagamento ainda estão negociando", disse ontem à tarde.

da Monday Monday começam a falar de créditos e dividendos, eles não falam a mesma língua. E não fazem a mesma conta.

O governo gastou R\$ 150 mil, mas quanto vai arrecadar? Certo, certo, R\$ 15.466,00. São R\$ 6.748,80 pela taxa de utilização de área pública, R\$ 1.598,40 por quiosques e R\$ 7.118,00 em licenças para ambulantes.

O resto da arrecadação, que vem do pagamento de impostos, a maior delas o Imposto sobre Serviços (ISS), ainda não está definida. Mas na melhor das versões (a mais improvável) não vai passar de R\$ 100 mil.

A Secretaria de Fazenda do Distrito Federal ficou de divulgar estes números ontem à tarde e não o fez. A única informação oficial do GDF sobre arrecadação de imposto veio do secretário de Turismo, Rodrigo Rollemberg, que disse que o governo iria receber cerca de 1% do total de faturamento da empresa da Monday Monday.

Sérgio Mayone, um dos sócios da empresa, ao mesmo tempo que diz que a arrecadação total da Monday Monday será de R\$ 2,5 milhões (ou seja, 1% disso é R\$ 25 mil), estima que vai pagar ao governo algo em torno de R\$ 100 mil. "Isso somados todos os gastos com ISS, água, bombeiros, taxa de ocupação de área pública", explicou.

Além da água, que será paga pela Secretaria de Comunicação, pelo menos outra dessas informações não bate com o que disse Gonzaga Motta. "Nem a polícia, nem os bombeiros cobram um centavo para trabalhar. Esses serviços não são pagos", assegurou.

Mais: Sérgio Mayone diz que vai faturar "em torno de R\$ 2,5 milhões", mas esse número pode ser maior e chegar a até R\$ 3,9 milhões. Quinze mil pessoas dentro dos blocos vezes R\$ 300,00 (o preço de cada mortalha), dá o total de R\$ 4,5 milhões. Metade desse valor (R\$ 2,2 milhões) vai para a Monday. Mais dez mil foliões nos 488 camarotes vezes R\$ 175,00 (o preço médio por pessoa), que resulta em R\$ 1,7 milhões. Esse cálculo exclui as permutas.

■ Colaborou Beth Veloso. Leia mais nas páginas 2 e 3