

## MP 479/09 aguarda sanção

Sem alterar o texto que foi aprovado pela Câmara dos Deputados o Senado também aprovou a medida provisória (MP) 479/09 que trata de gratificações, prazos de adesão a carreiras e reestruturações. Diversas categorias da administração pública são atingidas pela medida. A MP aguarda agora sanção do presidente Lula que tem prazo de até 15 dias para realizar a tarefa. O texto aprovado no Senado trouxe ajustes apresentados por meio de emendas. Infelizmente, muitas emendas apresentadas foram rejeitadas na Câmara dos Deputados. Apertado, o prazo legislativo impediu que a luta pela aprovação das emendas rejeitadas se estendesse até o Senado. Só a Condsef (Confederação dos Trabalhadores no Serviço Público Federal) apresentou sugestão de 22 emendas ao texto da MP 479/09.

Algumas foram acatadas, entre elas a que inclui 30 novos cargos da Funasa na

lista de servidores com direito a receber a Gacem. A Condsef está tentando agora ter acesso à redação final da MP 479/09. Assim que conseguir a íntegra do texto, a entidade vai divulgar a todas as suas filiadas e servidores de sua base. Nesse momento, qualquer decisão a respeito da MP depende do presidente Lula.

A Condsef vai continuar acompanhando passo a passo os desdobramentos do processo. Os itens não contemplados pela MP e suas emendas e que de alguma forma prejudicaram setores da base da Condsef vão continuar sendo cobrados. Devido aos prazos legislativos, a busca pela correção de injustiças terá que aguardar nova ocasião. A Condsef busca junto a sua assessoria jurídica obter informações de como podem ser requeridas correções e preenchimentos de lacunas que foram deixadas pela MP 479/09.

Fonte: Condsef

## EXECUÇÃO DO PAC SUPERA 70%

O ministro do Planejamento, Paulo Bernardo, disse hoje que os investimentos feitos no Programa de Aceleração do Crescimento-PAC somaram R\$ 463,9 bi, o equivalente a 70,7% do total R\$ 656 bilhões dos recursos do PAC. A informação foi dada na apresentação feita pelo ministro no 10º Balanço do Programa, realizado nesta quarta-feira, no auditório do Itamaraty, em Brasília. (clique aqui para ler a apresentação)

O ministro acrescentou que o desempenho do Programa pode ser comprovado pela evolução na execução dos recursos. “Em agosto de 2009, no oitavo balanço, era de 53,3% e saltou para 63,3%, em dezembro e agora está em 70,7. Isso mostra que há grande aceleração na execução”, afirmou o ministro

Paulo Bernardo destacou, ainda, que o total pago no período de janeiro a maio 2010 é 79% maior do que o valor apresentado no mesmo período de 2009.

A apresentação mostra que, quando a

comparação é feita com os valores pagos relativos ao mesmo período do primeiro balanço em maio de 2007, a diferença é de 353%. Até o final de maio deste ano o governo já havia pago R\$ 6,8 Bi, dos quais R\$ 5,3 bi com recursos deste ano e R\$ 1,5 bi com restos a pagar.

Os valores empenhados de janeiro a maio, de acordo com o ministro, subiram de R\$ 7,7 em 2009 para R\$ 9,1 em 2010, mostrando acréscimo de 18% e na comparação com o primeiro balanço, em 2007 são 225% maiores.

Segundo dados apresentados, os investimentos feitos até agora pelo setor público (Orçamento Geral da União, estatais e contrapartidas de estados e municípios) foram de R\$ 202,7 bi, e os investimentos do setor privado ficaram em R\$ 98,1 bi. A apresentação mostra ainda que os financiamentos a pessoas físicas foram de R\$ 157,9 (habitação) e que os empréstimos ao setor público totalizaram R\$ 5,2 bi.

Fonte: Planejamento

## COLUNA POÉTICA

### Motivo

Cecília Meireles

Eu canto porque o instante existe  
e a minha vida está completa.

Não sou alegre nem sou triste:  
sou poeta.

Irmão das coisas fugidias,  
não sinto gozo nem tormento.  
Atravesso noites e dias  
no vento.

Se desmorono ou se edifico,  
se permaneço ou me desfaço,  
— não sei, não sei. Não sei se fico  
ou passo.

Sei que canto. E a canção é tudo.  
Tem sangue eterno a asa ritmada.  
E um dia sei que estarei mudo:  
— mais nada.

### Retrato

Cecília Meireles

“Eu não tinha este rosto de hoje,  
assim calmo, assim triste, assim  
magro,  
nem estes olhos tão vazios, nem o  
lábio amargo.

Eu não tinha estas mãos sem força,  
tão paradas e frias e mortas;  
eu não tinha este coração que nem  
se mostra.

Eu não dei por esta mudança,  
tão simples, tão certa, tão fácil:  
Em que espelho ficou perdida a  
minha face?”

# A propaganda eleitoral vai ao paraíso

Por Eugênio Bucci

À medida que se aproxima o dia da largada, roncam motores, os ânimos e as ações judiciais no aquecimento da corrida eleitoral. Dia sim, dia não, um partido denuncia outro por propaganda antecipada. Às vezes o Judiciário dispara multas, outras vezes, não. O clima é um pouco infantilizado, como se o tribunal fosse um inspetor de alunos e os candidatos e seus apoiadores, moleques travessos, mas, no fundo, gente boa.

Ninguém leva a sério, nem o presidente da República. Fora desse teatrinho escolar, a grande indústria da propaganda eleitoral ilegítima corre solta, como se fosse um dado da natureza. Essa indústria colossal não precisa esperar bandeira de largada nenhuma. Avança a toda a velocidade, há muito tempo, e consome mais dinheiro público do que muito programa social.

O nome dessa campanha fora de hora é “publicidade de governo”. Alguns chamam a isso de “comunicação pública”, numa ofensa ao vernáculo e ao princípio da impessoalidade, mas deixemos de lado a confusão semântica. A publicidade de governo é aquela que, sob o pretexto mal disfarçado de informar ao cidadão que vão inaugurar daqui a alguns meses ou anos uma nova estação de metrô ou que o Brasil agora é respeitado lá fora, existe apenas para martelar a mensagem de que o governo (estadual, municipal ou federal, tanto faz; nisso, todos eles são praticamente idênticos) é fantástico, mudou a história do povo, trabalha muito, desinteressadamente, e deveria continuar. De preferência, para sempre. Toda e qualquer propaganda de governo, sem exceção, existe para promover quem governa – mesmo que não pronuncie expressamente o nome de quem governa – e, entre nós, está no ar o tempo todo, ininterruptamente. É o prolongamento da propaganda eleitoral propriamente dita. E, pior ainda, é financiada pelos cofres públicos.

## Promoção partidária

Segundo levantamento do Grupo de Mídia de São Paulo – que leva em conta

o preço de tabela, sem desconto, de todo comercial que é veiculado –, os chamados “serviços públicos e sociais”, nos quais normalmente são classificadas as campanhas governamentais, saltaram de R\$ 2,26 bilhões em 2007 para R\$ 2,77 bilhões em 2008 (os dados de 2009 ainda não foram consolidados no site da entidade).

Para ter uma ideia do gigantismo desses números, leve-se em conta que, de acordo com as estimativas da mesma instituição, o valor total do mercado publicitário brasileiro fica na casa dos R\$ 23 bilhões. Leve-se ainda em conta que as estatais, como Caixa Econômica Federal e Petrobras (que, juntas, anunciam mais de R\$ 1 bilhão por ano), não entram nesse montante. Leve-se em conta, por fim, que essas cifras se expandem sem a menor cerimônia. Só o governo paulista passou de R\$ 59,3 milhões em 2007 para R\$ 158,3 milhões em 2008.

Outro dado revelador é que a linguagem das campanhas governamentais é rigorosamente igual à adotada pelos partidos durante o horário eleitoral. Não raro, as equipes de produção são as mesmas. Também no plano estético, uma coisa é a continuação da outra. Governos estão fazendo propaganda eleitoral de si mesmos durante o ano todo, mas isso não incomoda ninguém. Ao contrário, ela é defendida por muitos. Os defensores dessa distorção tão brasileira argumentam que campanhas de governo não fazem propaganda pessoal da autoridade e, portanto, nada de errado com elas. O problema é que elas fazem, sim, promoção partidária – e até mesmo de pessoas. E fazem isso contra o melhor espírito de toda legislação democrática.

## Disputa ideológica

Lembremos o que estabelece a Constituição federal:

“A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção

pessoal de autoridades ou servidores públicos” (artigo 37, XXII, § 1.º).

Fiquemos agora apenas com o exemplo do governo federal. Toda campanha, toda placa, toda comunicação que ele põe no ar traz lá aquele logotipo: “Brasil, um país de todos.” Não se trata do brasão da República, um símbolo impessoal, mas da marca de fantasia de um governo em particular, o governo Lula. É um logotipo tão associada à identidade do governo atual que substitui, com toda a clareza, a fotografia do próprio governante.

Ninguém tem dúvida, aliás, de que aquilo é a assinatura do governo Lula. Pode-se alegar que é uma personalização indireta, mas não se pode negar que, para efeitos de identificação, ela é totalmente eficaz. Em síntese, a Constituição veda “símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades”, mas é como se não vedasse coisa alguma. Só o que preocupa os árbitros da corrida que, ao menos no calendário oficial, ainda está para começar é se fulano ou beltrano falaram o nome da candidata A ou do candidato B num palanque em não sei onde: “Ah, isso não pode.”

Foi assim que a República brasileira naturalizou um conceito que não faz o menor sentido republicano: o conceito de que o dinheiro público pode ser gasto, aos bilhões, para convencer a sociedade de que o governo é bonzinho e precisa ser reeleito, por favor. Em nossa cultura política, nós, brasileiros, passamos a ver como natural a prática de massificar a opinião de alguns (os que estão no comando do Executivo) com o dinheiro de todos (que não estão no Executivo e nem sempre concordam com a opinião dos que lá se encontram) para combater a opinião dos que discordam (que são igualmente cidadãos, mas cujas opiniões, na prática, são menos prestigiadas e menos valorizadas do que as opiniões dos que concordam). Recursos do Estado entram diretamente na disputa ideológica. Cadê a República?

Enquanto isso, roncam os motores, os ânimos e as ações judiciais irrelevantes.