

ANC P 4  
73 AGO 1988

# Governador de Estado ou garoto propaganda?

O deputado Airton Cordeiro, do PFL do Paraná, vem denunciando há tempos uma manobra em curso na Assembléia Nacional Constituinte, patrocinada principalmente por determinados governadores estaduais, no sentido de eliminar do texto da futura Constituição brasileira uma emenda de sua autoria, já aprovada no primeiro turno, que procura moralizar um pouco os gastos dos governos com propaganda. A proposta do deputado paranaense não proíbe que os governos e suas ramificações façam publicidade, apenas tenta impedir que os governantes de plantão utilizem o dinheiro do contribuinte para promoção pessoal e para fazer política (com p minúsculo).

O direito à informação é totalmente respeitado: o setor estatal poderá continuar informando a população sobre os assuntos de interesse público e promovendo campanhas educacionais e de caráter social. O que ficará proibido, se a redação do parágrafo primeiro do artigo 38 do projeto B de Constituição for mantido como está, é a veiculação de publicidade oficial em que apareçam "nomes, símbolos ou imagens que caracterizam promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos". Ou seja, se uma autoridade pensa que precisa informar ao povo mais alguma coisa além do que já sai diariamente na imprensa (em nenhum lugar do mundo, exceção dos países totalitários, os governos têm tanto espaço em jornais, rádios, televisões e revistas quanto no Brasil), ela poderá fazê-lo. Mas sem aparecer, de forma explícita ou mesmo disfarçada.

Em um artigo que escreveu para o jornal O Estado de S. Paulo de sábado passado, o constituinte paranaense acusa diretamente os governadores Alvaro Dias, de seu estado, e Orestes Quércia, de São Paulo, de estarem por trás das pressões para derrubar essas mínimas restrições à propaganda oficial. Não conhecemos o esquema promocional do governador do Paraná e por isso não podemos opinar sobre ele. Não nos surpreende, porém, a posição adotada pelo inquilino do Palácio dos Bandeirantes. Afinal, qualquer cidadão paulista — e também de outros Estados — que passe nem que seja apenas alguns minutos por dia diante de um canal de televisão, já pode perceber que o único programa de governo do sr. Quércia é a sua publicidade.

O governador paulista trocou o trabalho, as realizações administrativas, pela propaganda, com a divulgação de um amontoado de meias-obras e uma série de intenções de obras que nunca irá realizar e que se realizasse não estaria fazendo nada além da sua obrigação. Seja por sua própria incapacidade e pela indigência de sua equipe de governo (aquela que foi escolhida não pela competência e pela honestidade, mas pela lealdade ao capo), seja pela falta absoluta de recursos. Neste domingo mesmo houve um momento em que praticamente todos os canais de televisão de São Paulo foram invadidos pelo sr. Orestes Quércia, com seu estilo de ator de melodrama mexicano, ou, apenas, com sua voz de locutor de quermesse do Interior, anunciando as "realizações" de seu governo. Realizações que a população de São Paulo ainda não enxergou (e das quais, obviamente, não desfruta) fora dos horários nobres da telinha eletrônica, tais como o início das obras do Metrô da Paulista, as milhares de casas populares cuja construção ele viabilizou (mas não realizou) e o turno de seis horas nas escolas públicas do primeiro grau.

O sr. Quércia já descobriu que simplesmente por méritos administrativos nunca conseguirá realizar sua ambição de chegar à Presidência da República e resolveu investir o dinheiro dos cofres estaduais num programa publicitário de empulhação do povo paulista e brasileiro. Ninguém mais do que ele leva a sério aquele ditado popular que diz que a propaganda é a alma do negócio. Aliás, este é mais um dos traços — não o único — do seu currículo administrativo que o aproximam de um outro depredador dos bens públicos que também ocupou o Palácio dos Bandeirantes — o ex-governador Paulo Maluf.

Quércia, porém, já conseguiu o que parecia impossível até recentemente: superar o homem das ambulâncias e da Paulipetro. E isso com menos de um ano e meio de governo. Segundo um levantamento realizado por uma empresa especializada — Controladora de Mídia Leda—Levantamento de Dados de Anunciantes Ltda. —, somente no mês de julho o governador paulista gastou em publicidade um bilhão e 766 milhões de cruzados. Nesse ritmo, e considerando-se uma inflação de 20% ao mês até dezembro, o governo estadual irá desembolsar, para pagar a promoção pessoal do governador, 17 bilhões e 534 milhões de cruzados apenas no segundo semestre deste ano. E esses dados estão seguramente subestimados, apesar da seriedade da empresa que realizou os levantamentos: os gastos de publicidade são distribuídos em várias rubricas do orçamento estadual, estão espalhados por várias empresas e órgãos da administração e nem sempre são registrados com a transparência devida. Mesmo assim, só com o que é visível, o governo Quércia já se coloca entre os maiores anunciantes brasileiros, na frente de gigantes como a Volkswagen, a Coca Cola e a Pepsi Cola.

E olha que nesses números não estão computados, por exemplo, as despesas com um outro monumento à prodigalidade com os poucos recursos disponíveis que campeia no seio da administração pública paulista — o Memorial da América Latina. Uma obra faraônica, sem nenhuma utilidade, nem mesmo do ponto de vista cultural, mas que o governador pretende utilizar — utilizando também todos os presidentes dos países latino-americanos — como plataforma para o lançamento de sua candidatura à Presidência da República. É mais uma peça da publicidade quercista e que serve como um exemplo típico do descaso com que o governo paulista trata o dinheiro público. A obra foi iniciada — e está sendo tocada — sem que fosse feita a indispensável concorrência pública para sua realização e sem que houvesse verbas no orçamento para ela. O governador simplesmente assinou um termo aditivo ao contrato do Metrô, transformando o Memorial em uma dependência da Cia. do Metropolitano Paulista. Além do mais, o governo subestimou violentamente os custos de construção: foram anunciados gastos de 4,8 milhões de dólares quando, na verdade, a obra não sairá por menos de 50 milhões de dólares. Quércia, em seus cálculos, simplesmente "esqueceu" de relacionar uma série de despesas.

Sem contar, como já mostramos em um recente editorial, que uma idéia como essa do Memorial é fruto do subdesenvolvimento cultural de certos luminares da esquerda brasileira. O problema dos países da América Latina não está na falta de integração entre eles, mas na falta de integração com o mundo desenvolvido. Uma integração que realmente será muito difícil de se concretizar enquanto a cena política desta parte do mundo continuar inspirando Woody Allen.