



“Acho que elas têm que se transformar em política de Estado.”

**Merval Pereira**  
COLUNISTA DE “O GLOBO”  
Referindo-se às UPPs

“A trajetória declinante desses países piora a média latino-americana.”

**Rodrigo Botero Montoya**  
ECONOMISTA  
Sobre a economia de Argentina e Venezuela

## OPT deixará Lula no banco para agradar a seus adversários?

**Márcio Garcia Vilela**  
Da Academia Mineira de Letras  
marciogarciavilela@yahoo.com.br

# A sugestão é boa, embora perigosa

Em artigo na “Folha de S.Paulo”, o excelente jornalista Elio Gaspari lançou uma sugestão fascinante para quem está convencido de que é preciso extirpar os males decorrentes do lulopetismo e do seu líder e “teórico” maior, o ex-presidente Lula. Ao concordar, estou consciente de que infringo sábio aforismo, do qual sou discípulo fiel pela prudência que os anos da velhice recomendam cada vez mais. Trata-se de deixar de lado o velho provérbio que me alerta em certos momentos de agitada esperança: “Em festa de jacu, nhambu não pia”.

Entrego-me aos riscos que a solução implica certo de que remédios

ministrados em situações críticas ou quase desesperadoras costumam fracassar, cavando o abismo de torná-las ainda piores. Daí partir o articulista de uma hipótese na forma de pertinente indagação: “Se o PT achar que a reeleição de Dilma corre perigo, deixará Lula no banco para agradar a seus adversários?”. Provavelmente, não, como parece indicar o senso comum. Fortalece o pressuposto o fato de a senhora presidente nada mais ser que um “poste humano”, conforme definição do próprio dono do poste, numa daquelas atitudes desrespeitosas, dentre outras que lhe marcam a personalidade.

Autoritária e arrogante, porém

carente de representatividade, a senhora Dilma não conseguiu, ou sequer tentou, apesar de encarnar a autoridade presidencial, qualquer ousadia em busca da autonomia. Ao contrário, a sua fraqueza política é de causar pena e só se sustenta enquanto seus aliados de ocasião têm as tetas do poder à disposição para satisfazerem a fome de fisiologismo de que padecem, mesmo se a comida for da qualidade daquela que se dá aos porcos.

Infelizmente, o quadro político-partidário no Brasil sempre foi nanico, despudorado e caquético. Nada mudou, a despeito das fingidas chifradas com as quais o PT costuma

ameaçar e retroceder. Ademais, não me parece que Lula se exponha além de certos limites. Se ficar no status atual de ex-presidente, ainda encontra razão para alimentar-lhe a vaidade infinita, tais como a láurea de pouca valia de doutor honoris causa da Universidade de Salamanca.

Aliás, o que é artificial sempre acaba no ridículo. Como conceder um título desse a um ignorante, que não lê nem sequer um e-mail e detesta livros, consoante já confessou publicamente? Ah! As exterioridades o enlouquecem, como o vestir a farda de alferes estonteava o personagem de Machado de Assis no famoso conto “O Espelho”, “um esboço de uma

nova teoria da alma humana”. Como quer que seja, e por falar em teoria, Elio Gaspari tem lá as suas que, em tempos de senatsch, poderiam funcionar com sucesso. Argumenta ele, por exemplo, que o “Nosso Guia” afinal cederia ao sacrifício de assumir o penoso encargo em nome do amor à pátria, expressão surrada utilizada por populistas sem bandeiras, exceção à única que vale: o poder pelo poder.

Contudo, admito que, frágil embora, há uma chance nisso tudo. O custo pode revelar-se muito alto, mas o longínquo benefício de enfrentar o mal pela raiz deve compensar.

## O Estado e os planos de saúde

**Fernando Affonseca**  
Jornalista; assessor do  
Procon Assembleia

# Consumidor sem defesa

Após anos de luta, a defesa do consumidor foi consagrada como direito individual e coletivo pela Carta Magna de 1988, a chamada “Constituição Cidadã”. Pelo texto da norma fundamental, o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor. E de forma inédita, a mesma norma ordenou, no “Ato das Disposições Constitucionais Transitórias”, que o Congresso Nacional elaborasse o Código de Defesa do Consumidor (CDC), tamanha a importância da matéria e do direito a se garantir.

Já no primeiro artigo do CDC (Lei 8.078), promulgado em 11.9.1990, o legislador declara que a referida lei é de ordem pública e interesse social, observados os fundamentos da República Federativa do Brasil, com destaque para a dignidade da pessoa humana e os princípios da ordem econômica brasileira, em especial o princípio da defesa do consumidor.

O CDC estruturou a Política Nacional das Relações de Consumo, que tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o

respeito a sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos e a melhoria de sua qualidade de vida. Para tanto, um dos princípios a serem atendidos é o da ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor. Mas não é o que temos visto ultimamente.

Um exemplo se deu no dia 1º.4.2014, quando foi aprovada a Medida Provisória 627 pela Câmara dos Deputados, diminuindo a valor da multa a ser paga pelas operadoras de plano de saúde que infringem as normas consumeristas. Para piorar, o Senado Federal referendou essa decisão no dia 15.

Causa ainda mais indignação o fato de a referida medida provisória tratar de um assunto completamente diferente: a tributação dos lucros de empresas brasileiras no exterior. Durante sua tramitação na Câmara dos Deputados, foi inserido um artigo inconstitucional, imoral e lesivo aos direitos dos consumidores, aliviando as multas dos planos de saúde. É a chamada “emenda Frankenstein”, na qual colocam-se artigos em

um texto legal que não têm nada a ver com o objetivo principal da norma. Isso é enganar o cidadão brasileiro, e não cumprir legitimamente o mandato na defesa do interesse público. A decisão sobre esse ato lesivo agora está nas mãos da presidente Dilma Rousseff, a quem cabe sancionar ou vetar essa anistia.

Não bastasse essa atuação decepcionante do Poder Legislativo federal, o Poder Judiciário também tem decepcionado o consumidor, que igualmente espera dele a proteção estatal. Decisões dos tribunais de Justiça e também do Superior Tribunal de Justiça (STJ) não confirmam as multas aplicadas pelo juiz de primeira instância aos fornecedores infratores das leis consumeristas e das normas editadas pelas agências reguladoras.

A multa é uma das sanções administrativas previstas no CDC e possui um alcance imensurável. Só pesando no bolso dos maus fornecedores é que eles pensarão em mudar de atitude e parar de lesar o consumidor. Por enquanto, lesar e praticar crime ainda significa lucro.

## Somos todos humanos

**Beto Vianna**  
Linguista  
btvianna@gmail.com

# O planeta dos macacos

Não sei quem é Daniel Alves, novo ídolo da branquitude solidária. Mas sei falar um pouco de “macaco” e da relação dessa palavra com nossas muitas condições humanas.

Há 150 anos, Darwin e seu colega Huxley sugeriram, com poucas evidências, a irmandade direta do humano com os símios africanos e, daí, a origem humana na Mama África (parece que estavam certos: desde então, todos os dados moleculares, anatômicos, paleontológicos e geográficos fizeram justiça à tese africana). O problema é que a Europa e os Estados Unidos, liderando o terrorismo neocolonialista, queriam que todos entendessem isso do jeito errado. Com a ajuda de uma ciência nova em folha – a antropologia –, venderam a ideia de que a ponte entre humano e gorila corresponde a uma escala dentro da espécie, e, você deve ter adivinhado, negros e outras gentes pretas na ponta inferior. Claro que Darwin não disse isso, nem mesmo inventou o homem-macaco. A similitude do símio conosco era evidente há séculos no Ocidente, obnubilado

com a presença desses “híbridos” na África e na Ásia.

Dito isso, vamos pegar um navio de volta do Velho Mundo (para mim, os EUA são velho mundo) e aportar em terras brasileiras. A floresta apinhada de macacos e o contingente africano apresado para limpar privada das incompetentes gentes brancas montaram o cenário simiesco dos tristes trópicos. Mas foi com a antropologia racista do século XIX que o Brasil, terra de descendentes de africanos e dos muitos índios (os selvagens) ganhou fama de planeta dos macacos. Daí os argentinos, que não têm florestas tropicais e sofreram uma política de branqueamento, nos chamarem de “macaquitos”, macaqueando seus primos europeus.

O que não entendemos ao repetir, na melhor das intenções, que “macaco é ofensa”, é o centenário golpe publicitário dos países ricos, ávidos por vender desenvolvimento e as manufaturas da indústria. Golpe construído sobre três mentiras, e com a ajuda de nossa intelectualidade colonizada: 1) o humano “veio” do macaco; 2) há se-

res menos evoluídos que outros; 3) civilização e desenvolvimento embranquecem, ou seja, “desmacaqueiam” o humano.

Todo macaco é tão evoluído quanto nós. Não viemos “deles”, por qualquer ângulo decente de se olhar. O que se pode dizer é que somos mais parentes deles do que, digamos, dos repolhos. A imagem do macaco curvado indo ao homem ereto, que ligamos à “evolução”, é enganadora sob qualquer aspecto. E devia ser óbvio, mas não é: povos com modos de vida distintos dos do europeu, ou que têm um passado de escravidão, não estabelecem, por isso, relações menos inteligentes com o mundo.

A apropriação por brancos espertalhões de um slogan falsamente antirracista, “somos todos macacos”, bem como o fricote de intelectuais contra esse abuso, são ambos frutos de uma cegueira construída, de uma jogada publicitária antiga. Somos todos macacos, africanos e humanos. Historicamente, não em solidariedade a algum “outro”.

## O TEMPO

**ENDEREÇOS**  
Sede Comercial  
Rua Pernambuco, 712 - Funcionários  
Belo Horizonte - MG - CEP 30.130-151  
Fone (31) 2138-3900 - Fax (31) 2138-3920  
Web.: www.otempo.com.br  
e-mail: comercial@otempo.com.br  
Redação e Industrial  
Avenida Babita Camargos, 1.645  
Cidade Industrial, Contagem - MG  
CEP 32.210-180 Fone: (31) 2101-3000

**SERVIÇOS EDITORIAIS**  
The New York Times  
**AGÊNCIAS NOTICIOSAS**  
Associated Press, Agência Globo, Folhapress e Agência Estado

**ATENDIMENTO AO ASSINANTE:**  
0800-703-4001 (interior)  
(31) 2101-3838 (Capital e Grande BH)  
**Horário de funcionamento:**  
Segunda a sexta-feira: 7h às 19h  
Sábado, domingo e feriados: 7h às 13h  
E-mail: atendimento@otempo.com.br

**FILIADO À ANJ**  
Associação Nacional de Jornais www.anj.org.br  
**IVZ**  
FILIAL DO INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULAÇÃO

**PREÇO DA ASSINATURA: NORMAL MG**  
(consulte nossas promoções)

Anual	Semestral	Trimestral
R\$ 492,00 à vista ou: 2 x R\$ 246,00 3 x R\$ 164,00 4 x R\$ 123,00 6 x R\$ 82,00	R\$ 246,00 à vista ou: 2 x R\$ 123,00 3 x R\$ 82,00 4 x R\$ 62,00	R\$ 123,00 à vista

### ESCRITÓRIOS COMERCIAIS

**SÃO PAULO**  
Avenida Jamaris, 100 - Sala 207 - Bairro Moema - São Paulo - SP - CEP 04.078-000  
**Fone/fax:**  
(11) 5531-3334 - (11) 5531-3336 - (11) 9935-3534  
**E-mail:** rodrigo.simoes@otempo.com.br

**RIO DE JANEIRO**  
**Bueno Comunicação** - Av. Almirante Barroso, 63 - Sala 2012 - Edifício Cidade do Rio de Janeiro - Centro - Rio de Janeiro - RJ - CEP 20.031-003  
**Fone:** (21) 2524-5644 ou (21) 96968-2255  
**E-mail:** barbara.bueno@buenocomunicacao.com.br e fbueno@buenocomunicacaodf.com.br

**BRASÍLIA**  
**Bueno Comunicação** - SRTVS - Quadra 701 - Bloco O - Conj. 896 - Edifício Centro Multiempresarial - Asa Sul - Brasília - DF - CEP 70.340-000  
**Fone/fax:** (61) 3223-6999 - (61) 8179-7215  
**E-mail:** daniela.bueno@buenocomunicacaodf.com.br e fbueno@buenocomunicacaodf.com.br

**ESPÍRITO SANTO**  
**Bueno Comunicação** - Rua Professor Elpidio Pimentel, 409 - Sala 201 - Edifício Macondo - Mata da Praia - Vitória - ES - CEP 29.065-060  
**Fone/fax:** (27) 3376-5095 e (27) 98129-0362  
**E-mail:** violeta@buenocomunicacaoes.com.br e fbueno@buenocomunicacaodf.com.br