Editorial

DEFENSORIA AUSENTE

Um déficit de 754 defensores públicos no Estado empurra e adia os direitos dos mineiros que precisam de atendimento jurídico. Reportagem de **O TEMPO** mostrou a via-crúcis a que o instalador de antenas Gilson Lourêncio Dias foi submetido enquanto buscava um advogado para representá-lo, após ter sido lesado em R$ 31 mil por propaganda enganosa. Ao procurar a Defensoria Pública de Contagem e ser informado de que a cidade só tem profissionais na área criminal, Gilson foi aconselhado pelos próprios funcionários a buscar auxílio numa faculdade de direito. Ali, no entanto, a assistência estava suspensa.

A Defensoria Pública de Minas Gerais não esconde a escassez de defensores. São 446 em exercício, sendo que a lei prevê 1.200. Através de um concurso público, cujo processo havia sido suspenso pela Justiça e foi retomado na semana passada, o órgão deve colocar outros 150 defensores em seus quadros. Ainda assim, o Estado terá alcançado apenas a metade do número exigido.

Os grandes prejudicados com a situação são, mais uma vez, os contribuintes, que acabam à mercê de aproveitadores, como ocorreu com Gilson. Rigidamente cobrados a honrar seus compromissos, os consumidores, quando lesados, acabam desamparados por quem deveria defendê-los.

Ao mesmo tempo em que causas de maior valor, como a de Gilson, não encontram defensores, os Juizados Especiais de Pequenas Causas se veem inundados por processos, em meio à absoluta falta de pessoal. O consumidor mineiro, embora ainda bem assistido pelo Procon, encontra dificuldades quando precisa recorrer à Justiça, não importa a dimensão da causa. Mudam os cenários, mas o drama é o mesmo. Além de contar com funcionários sobrecarregados, o Estado deixa de lado uma estrutura fundamental ao bom funcionamento da sociedade.

Não se fazem concursos da noite para o dia, é claro, mas o governo precisa caminhar de modo intermitente para a resolução desses problemas. Ao deixar de fazê-lo, lança claro sinal de desprezo a seus cidadãos.

SEMPRE EDITORA LTDA

FUNDADOR Vittorio Medioli
PRESIDENTE Laura Medioli
VICE-PRESIDENTE Luiz Alberto de Castro Tito
DIRETOR EXECUTIVO Teodomiro Braga
DIRETOR FINANCEIRO Marcos de Oliveira e Souza

GERENTE COMERCIAL Leandro Figueiredo
GERENTE DE TECNOLOGIA Fábio A. Santos
GERENTE INDUSTRIAL Guilherme Reis
GERENTE ADMINISTRATIVO E FINANCEIRO Walmir Prado
GERENTE DE MARKETING Alessandra Soares
GERENTE DE CIRCULAÇÃO Isabel Santos

EDITORA EXECUTIVA Lúcia Castro
SECRETÁRIA DE REDAÇÃO Michele Borges da Costa
ADJUNTA DA SECRETARIA DE REDAÇÃO Aline Reskalla
EDITORES
Primeira Página: Robert Wagner
Opinião: Victor de Almeida
Economia: Karlon Aredes
Política: Carla Kreefft
Magazine: Silvana Mascagna
Brasil/Mundo: Carla Chein
Esportes: Denner Taylor
Cidades: Carla Alves

O.PINIÃO

Duke

*Pressione para iniciar o jogo

www.dukechargista.com.br

FÁTIMA OLIVEIRA
Médica
fatimaoliveira@ig.com.br

Divagando sobre as incógnitas do voto, senhor das eleições

O que move escolhas incoerentes com o que o povo precisa?

A coisa mais instigante em eleições é o voto, o senhor das eleições. Para obtê-lo perpetram-se até fraudes! Fica depenado quem não se curva às evidências de que, quando o povo quer eleger alguém o voto é como "fogo morro acima e água morro abaixo, não há quem segure". Certo que nem sempre são eleitas a melhor candidatura e proposta de governo a olhos vistos.

E a coisa mais difícil é descobrir o que move a decisão de escolher A e não B ou C ou D, quando o resultado das eleições é incoerente com o que o povo precisa. Falo das necessidades imediatas de bem-estar e cidadania em geral – direitos legais e condições materiais de existência (moradia, saneamento, transporte, equipamentos sociais etc.); e das necessidades estratégicas de um povo – perspectivas de mais cidadania e democracia.

Fico azeda ao buscar explicações para resultados eleitorais incompatíveis com as necessidades imediatas e estratégicas de um povo. Por exemplo, a permanência da família Sarney no governo do Maranhão é um desafio aos meus neurônios, pois é racionalmente inexplicável. Nem sempre fraudam, pois no Brasil enganar o povo não é fraude. Deveria ser, mas não é! O povo os elege. Não adianta chorumelar. E, quando não ganham eleições, encontram suporte legal e assumem o governo. Estou convicta: é um caso de baixa consciência política e que eles são PhD em manipular.

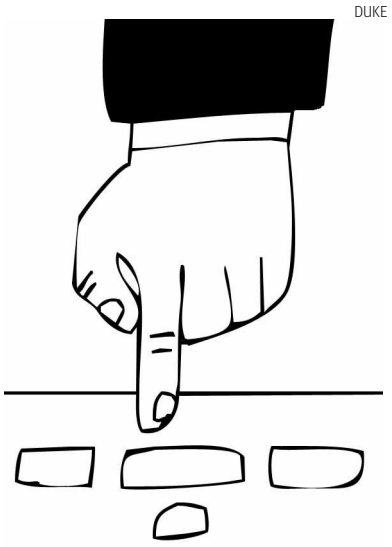
São casos similares que clamam por algo antigo, porém esquecido, a elevação da consciência política e sua decorrência direta: o pensamento crítico, jogado de escanteio e substituído pelo saber dos marqueteiros, hábeis mestres: potencializam excelentes candidaturas, mas também podem alavancar o nada, numa flagrante competência da arte de enganar impunemente. Um caso exemplar: a eleição de Collor à Presidência da República (1989), um fogo morro acima gerado pela competência marqueteira. Iludidos constataram rapidamente que o produto era completamente diferente do anunciado. Aí, Inês já era morta!

Não sou contra a utilização do marketing eleitoral, sou contra o poder de enganar que marqueteiros têm usado e abusado, como se uma candidatura fosse um cosmético sem controle de qualidade real.

> O pensamento crítico é substituído pelo saber dos marqueteiros, que potencializam candidaturas, mas também podem alavancar o nada

Agregue-se ainda o poder dos grandes jornais e da TV, que possuem suas candidaturas – coisa nada demais e que é parte do jogo, pois seus donos votam e têm o direito de escolher quem acham condizente com seus desejos lícitos e os indizíveis. Porém, é execrável que usem de meios torpes para que se torne cada vez mais difícil o exercício do direito de escolha do povo. São especialistas em trapaças e sabem que em meio ao analfabetismo funcional (um em cada cinco brasileiros) há um contingente expressivo de eleitores de baixa consciência crítica que é possível manipular.

Desde priscas eras as classes dominantes impõem a sua visão de mundo, materializando seus intentos por meio de expedientes escusos – de trapaças à violência, da simbólica às tentativas de eliminação moral e física. Então, não é novidade que muita gente esteja de mutuca especulando que tramoia sairá na TV às vésperas das eleições. Falam que um consórcio mafioso tem engatilhada uma "bala de prata" para impedir a probabilidade, cada vez mais plausível, de as eleições presidenciais serem resolvidas no primeiro turno! É uma expectativa (a da bala de prata) cruel.

A lição é que só há um meio de não sermos reféns de qualquer bala de prata: empenho cotidiano em formar pensamento crítico. Dá trabalho e requer tempo, mas não há outra saída.

DUKE