

EDITORIAL

A casa caiu

Caberia mais zelo à equipe técnica da Caixa, cuja obrigação é acompanhar minuciosamente o processo de liberação de recursos, conforme andamento das obras, como preceitua a legislação vigente

É is que se concretiza o vaticínio neste espaço, selado ainda em meados do primeiro semestre: a empresa mexicana Homex, que seduziu prefeito, secretários e vereadores desta capital, em passado recente, deixou pessoas de bem na mão e escafedeu-se, fugindo tal qual o diabo foge da cruz. De um total de três mil moradias prometidas, o grupo mexicano entregou apenas 600. Sobraram 270, cuja construção acaba de ser assumida pelo agente financeiro Caixa Econômica Federal. Vale lembrar que, neste mesmo espaço, bem antes de a empresa se instalar provisoriamente em Campo Grande, o **Correio do Estado** alertava para tal situação. A mexicana era passiva de desconfiança mostrada em reportagens que desnudaram seu *modus operandi* em outras cidades de porte médio do País. Pouco adiantou. Valeu a voracidade da classe política pelo toma lá, dá cá.

Sempre mais ouvidas do que as vozes das ruas, as vozes dos gabinetes prevaleceram. Deu no que deu. No entanto, o prejuízo não será apenas dos pobres indefesos que ali investiram. Pelo contrário, de toda a Campo Grande. E quem pagará por mais essa conta?

A Homex ganhou extensa área supervalorizada pelo município, com o referendo da Câmara Municipal e o projeto completo fora financiado pela Caixa Econômica Federal. Neste momento, além da Caixa por obrigação, os agentes políticos que à época acharam o investimento “de araque” mirabolante, desapareceram meteoricamente. Não sobrou ninguém para explicar a derrocada. É como se nada tivessem a ver com nada.

Nesse caso, é dever da Polícia Federal, Gaeco, Ministério Público, Procon, Seccional da Ordem dos Advogados do Brasil, entre outros órgãos, investigar o processo que culminou com o maior golpe imobiliário de que se tem notícias por aqui.

Nada se compara a tamanha irresponsabilidade. E nada se compara igualmente aos interesses do executivo, legislativo e do banco, ao aprovarem a toque de caixa o plano de voo da Homex. Como se a miopia administrativa não passasse de conluio em benefício de meia dúzia de vorazes agentes políticos em troca das benesses jamais oferecidas a um grupo local, que em tese poderia até sucumbir, mas certamente honraria seus compromissos com a cidade. Preferiram diferente.

Caberia mais zelo à equipe técnica da Caixa, cuja obrigação é acompanhar minuciosamente o processo de liberação de recursos, conforme andamento das obras, como preceitua a legislação vigente. Ao menos, em tese, o corpo de fiscais do agente financeiro teria, sim, a obrigação de acompanhar passo a passo a construção, prezando inclusive pela qualidade das casas, que têm portas de compensado, estrutura com encaixe mal elaborado nas bordas e frágil cobertura.

Se a classe política deve uma explicação à sociedade e perdão às famílias que ali colocaram todas as suas economias, o corpo técnico da Caixa também deveria seguir o mesmo caminho. Ninguém está isento em tamanha irresponsabilidade.

OUTRAS OPINIÕES

Pela reforma tributária

MATEUS ABRITA

Professor da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul

Ao longo da história econômica é difícil encontrar na prática das sociedades um modo de produção capaz de gerar tanta riqueza material como o sistema capitalista. Entretanto, o capitalismo traz consigo um efeito colateral indesejado: a concentração de renda.

Em economia, esse fenômeno pode ser definido como um processo de acumulação de renda por parte de um grupo, classe social, país ou região, em detrimento dos demais. Nesse aspecto, a economia brasileira tem avançado nas

últimas décadas, no sentido de melhorar a distribuição de renda, mas a situação ainda está longe de uma condição minimamente aceitável.

Quando não existem mecanismos eficientes de distribuição de renda numa economia, inevitavelmente, uma grande parcela dos recursos se concentra nas “mãos” de poucos. Agravando ainda mais o problema, o Brasil e alguns países apresentam lógica de reprodução econômica concentradora de renda. Por exemplo, a estrutura tributária brasileira em vez de tri-

butar os mais ricos e “aliviar” os mais pobres, tributa muito mais o consumo do que a renda, e coloca sob os ombros dos mais pobres e da classe média, a maior parcela dos tributos.

Apesar disso, nas últimas décadas, o País tem evoluído no aspecto distributivo. De acordo com o IBGE, o coeficiente de Gini (quanto menor o número, menos desigual é o país), apresentou uma melhora importante, atingindo o nível mais alto, de 0,602, nos anos 90 e chegando em 2011 a 0,508. Porém, a realidade ainda

é desanimadora. Segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), através do “Relatório Territorial Brasil 2013”, apesar dos avanços significativos nos últimos 15 anos, a disparidade na economia brasileira continua alta, menor apenas que a do México e duas vezes superior à média dos membros da OCDE. Assim, o Brasil tem segunda pior distribuição de renda entre os países do ranking.

Portanto, as autoridades brasileiras devem intensificar e implementar reformas e políticas que busquem uma melhor equidade da renda no País. Inicialmente é de fundamental importância uma reforma tributária efetiva!

Simplicidade

GABRIEL NOVIS NEVES

Médico. Primeiro reitor da Universidade Federal de Mato Grosso

Durante a sua visita ao Brasil, em um dos seus discursos, o papa Francisco fez duras críticas à liberação das drogas na América Latina. Classificou os traficantes como “mercadores da morte”.

Foi claro: “Não é deixando livre o uso das drogas, como se discute em vários países do continente sul-americano, que se conseguirá reduzir a difusão e a influência química”. Falou também que te-

mos que adotar estratégias para “enfrentar os problemas que estão na raiz do uso das drogas. A chaga do tráfico de drogas exige da sociedade um ato de coragem”.

“A justiça social, a educação centrada em valores que constroem a vida comum, auxiliando aqueles que estão em dificuldades e dando esperança no futuro”, foi o cami-

nho encontrado pelo Pontífice. Conservador, não está disposto a mudar posições tradicionais da Igreja Católica. Seu carisma transformou-o em um ícone do mundo. Em Aparecida do Norte, na missa proferida na Basílica de Nossa Senhora Aparecida, a padroeira do Brasil, criticou também a idolatria do poder, dinheiro, sucesso e prazer. Perdiu um mundo mais justo.

Na favela da Varginha, no complexo de Manguinhos no Rio de Janeiro, deixou uma mensagem metafórica aos ricos: “Coloquem mais água no feijão” – como exemplo de solidariedade humana, palavra quase em desuso.

Mandou a Igreja para as ruas, numa alusão de apoio aos movimentos que estão levando milhares de jovens a sair de casa.

Podemos discordar de algumas posições da sua Igreja, mas o papa Francisco é unanimidade mundial em simplicidade e carisma. Após sua visita ao Brasil a Igreja sai mais fortalecida. Com certeza houve aumento do seu rebanho, e estancamento da sangria dos seus fiéis para outras religiões.

“Venha jogar no meu time”, foi o selo da sua missão de evangelização humanizada. O restante é fé.



Compra virtual

HUGO FANAIA DE MEDEIROS

Secretário-adjunto da Comissão de Direito do Consumidor da OAB-MS

No comércio eletrônico, a empresa deve prestar informações até mesmo como forma de proteção em eventual ação judicial que venha a sofrer. Tem que ser clara quanto aos riscos do produto. A responsabilidade por danos à integridade física e moral da pessoa fica por conta exclusiva do consumidor.

a) Discriminar, no preço do produto ou serviço, eventual despesa adicional ou acessória – entrega do produto ou seguro de entrega. É comum encontramos sites com serviço gratuito de entrega, pois a maioria utiliza-se da própria Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, embutindo eventuais custos ao preço final do produto. Porém, em alguns casos, a empresa pode cobrar valor adicional quando oferece entrega via Sedex, de modo mais

rápido do que a entrega comum.

b) A oferta deverá ser informada em todos os seus termos, de maneira que fiquem claras quais são as modalidades de pagamento, a disponibilidade do produto, a forma e o prazo de execução do serviço ou a entrega ou a disponibilização do produto; c) Na oferta, as informações deverão ser claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições.

Esses dois pontos são bastante claros, pois determinam às lojas eletrônicas informar ao consumidor qual é a disponibilidade do produto, a forma e o prazo de execução do serviço, as modalidades de pagamento e, principalmente, se há ou não alguma restrição naquilo que pretende adquirir. Se a empresa não fizer isso e, eventualmente, ocorrer alguma falha,

por exemplo, na disponibilidade do produto, o consumidor pode requerer a devolução de seu dinheiro de forma atualizada.

O atendimento é a porta de entrada das empresas, seja ela virtual ou real. Cliente bem atendido tende a voltar a uma loja de roupas, restaurante, loja de móveis, pois sabe que receberá tratamento digno. Muitas vezes, nem sequer queremos determinado produto, mas quando somos bem atendidos, até compramos, não é verdade?

Da mesma maneira, uma loja virtual deve atender muito bem aos seus clientes, afinal, além do risco de uma ação judicial por indenização devido a danos morais, hoje em dia empresas podem ser mal propagada em questão de segundos em redes sociais e e-mails.

O decreto prevê, em seu artigo 4º, que as empresas de e-commerce devem apresentar sumário do contrato, enfatizando cláusulas que limitem direitos. O ato de fazer uma compra não é simplesmente pagar e receber

por ela; quando compramos algo em determinada loja, na verdade fazemos o contrato de compra e venda, mesmo que o consumidor não assine nada.

Antes mesmo do decreto, o comércio eletrônico costumava deixar seus contratos disponíveis ao consumidor que quisesse ler, colocando apenas aquela janelinha: “Clique aqui se você concorda com os termos de uso” ou “Clique aqui se você concorda com os termos da promoção”.

Quase nenhum consumidor lê esses contratos, porém, essa postura precisa mudar, pois, a exemplo desse caso, nem sempre as informações estarão expostas ao consumidor. Se ele não for atrás, ler, se interessar, poderá prejudicar-se.

Até mesmo em uma eventual ação judicial, a empresa alegará que o informou a respeito de determinada situação provando, inclusive, que ele clicou na janela dizendo que concordava com os termos de uso ou com os termos da promoção.

CORREIO DO ESTADO

“Servir o povo de nossa terra, informando-o, indagando dos seus problemas, empenhando-se na sua solução, batendo-se por seus direitos e verdadeiros interesses”

Correio do Estado, Ano I, Número 1, 7 de fevereiro de 1954



Serviço de Atendimento ao Leitor 0800-674141 das 6h às 18h

correiodoestado.com.br @correio_estado Correio do Estado

DIRETORES Ester Figueiredo Gameiro e Marcos Fernando Alves Rodrigues

EDITORES RESPONSÁVEIS

CAPA Ico Victório editor@correiodoestado.com.br
OPINIÃO Montezuma Cruz pontodevista@correiodoestado.com.br
ECONOMIA Rosana Siqueira economia@correiodoestado.com.br
CIDADES Eduardo Miranda cidades@correiodoestado.com.br
POLÍCIA Thiago Gomes policia@correiodoestado.com.br
NACIONAL/INTERNACIONAL Cristina Medeiros brasil@correiodoestado.com.br
POLÍTICA/ JUSTIÇA Adilson Trindade politica@correiodoestado.com.br
CORREIO B Oscar Rocha correiob@correiodoestado.com.br
ESPORTES Jakson Pereira

esporte@correiodoestado.com.br
CORREIO INFORMÁTICA Cleidson Lima informatica@correiodoestado.com.br
CORREIO RURAL Maurício Hugo rural@correiodoestado.com.br
CORREIO ECOLOGIA Ico Victório ecologia@correiodoestado.com.br
CORREIO VEÍCULOS Cristina Medeiros veiculos@correiodoestado.com.br
ADMINISTRAÇÃO, REDAÇÃO E PARQUE GRÁFICO
Av. Calógeras, 356 - CEP 79004-901, Campo Grande, MS.
Fone: 67 3323-6090 Fax: 3323-6059
ASSINATURAS CAMPO GRANDE Fone: 67 3323-6100.
PUBLICIDADE LOCAL, CLASSIFICADOS - R. 26 de Agosto, 284,
Fone: 3320-0023. Av. Calógeras, 356 - Fone: 3323-6090
REPRESENTANTE SÃO PAULO - Omega Mídia Marketing Ltda.

Rua Ministro Godói, 478, 10º andar, Perdizes - SP CEP 05015-000 Fone: 11 3675-7072.

PREÇOS R\$ 1,30 (venda avulsa) e R\$ 2 (número atrasado)

ASSINATURAS R\$ 237 (6 meses) e R\$ 472 (1 ano)

CNPJ 03.119.724/0001-47

INSCRIÇÃO ESTADUAL 28.222.911-6

A Redação não se responsabiliza por artigos assinados ou de origem definida. Mesmo quando não publicados, os originais não serão devolvidos.