

PAC: um filme cabeça com truques velhos

Gustavo H. B. Franco

O PAC é uma soma de reprises de filmes em preto e branco, dos anos 50 a 70, obras de estética ousada em sua época, mas já ultrapassada, a despeito dos recursos gráficos e dos belíssimos mapas cheios de cores e de nomes apelativos, como UHE (Usina Hidro-Elétrica) Cebolão, e LT (Linha de Transmissão) do Paraíso a Açú II.

A lógica é a dos planos nacionais de desenvolvimento juscelinistas-geiselianos, pois é fácil notar, inclusive, o beijo do Gordo, que não é o simpático comediante, mas o ex-czar. 40 das 52 páginas do documento que resume o PAC são projetos em mapas coloridíssimos para encantar professores de geografia Brasil afora. Infelizmente, todavia, praticamente tudo já está presente no OGU (Orçamento Geral da União), suas leis de diretrizes (as LDOs) e os PPAs (Planos Pluri-Anuais). Os tais R\$ 500 bilhões, quando expurgados do que é das estatais e do setor privado, viram R\$ 50 em recursos orçamentários, onde todas essas 40 páginas de sonhos já estão presentes.

Onde está o novo?

Vejo três novidades, melhor dizendo, três reprises travestidas: uma o truque de se criar (ou ampliar) uma categoria de despesa de investimento que “não conta” para o cálculo do “rombo” nas contas públicas. Esse truque, conhecido pela sigla PPI (Plano Piloto de Investimento), equivale a criar o metro de 80 centímetros. O PAC propõe elevar os investimentos dessa categoria “café com leite” de 0,15% do PIB para 0,5%. O nome disso é “contabilidade criativa”, ou seja, recursos não (devidamente) contabilizados.

As outras duas reprises estão na categoria “filme cabeça”: “capitalização” da Caixa via instrumento híbrido de dívida (R\$ 5 bi), e o descontingenciamento de suas operações de crédito para entes públicos (R\$ 6 bi). O leitor não precisa entender o que é isso, sabe como é “filme cabeça”, a gente presume que deve ser uma coisa muito inteligente. O fato é que esses mecanismos, que fariam parte do que antigamente se chamava “orçamento monetário”, são extra-orçamentários e dinheiro “na veia” dos clientes dos programas da Caixa (prefeituras principalmente).

O PAC está, com efeito, repleto de algo que, com benevolência, seria descrito como “seletividade”, como nas “bondades tributárias”, mas que, a rigor, não cabe em programas macro. Por isso o sentido é inteiramente outro: clientelismo. Isso é muito claro no “listão” de projetos:

os 25 governadores presentes em Cabo Canaveral sabiam ler os mapas (Cebolão fica em Santa Catarina) e entender quanto lhes caberia em princípio. Por isso se explica que uns saem eufóricos, e outros ofendidos, mas todos falando em “off”. Este é um filme do tempo do cinema mudo.

Velho também, como o oitavo casamento da Liz Taylor, é a doação (seletiva, é claro) às empresas estaduais de saneamento para “melhorias de gestão”. Claro que é uma capitalização disfarçada que irriga estruturas viciadas. Correto seria privatizar, no todo ou na margem, abrir capital, qualquer coisa que tirasse essas empresas das mãos dos políticos, como se fez com os bancos estaduais. Mas a lógica do PAC parece ser exatamente a oposta.

Outro filme velho, este ruim, é o dos “limites” para os salários do funcionalismo e para o mínimo. São totalmente ineficazes, inclusive por serem facilmente reversíveis, e prejudiciais porque acabam criando “pisos”. No futuro, o desafio político será sempre o de ser “mais bonzinho” que a regra do Lula. É claro que isto só atrapalha.

Por fim, o FGTS. A reação das centrais foi a mesma que a muito mais discreta, mas igualmente renhida resistência dos fundos de pensão de estatais diante de pressões para investir em programas de governo. Há, em princípio, conflito de interesses entre “programas de governo” e a “missão” do FGTS ou do fundo de pensão; ambos pertencem a seus participantes e não ao governo. O participante pode querer correr bons riscos, como comprar ações da Petrobrás e da Vale, mas colocar seu dinheiro no Cebolão ou no Paraíso do PAC é diferente.

Em resumo, leitor, os filmes são velhos e em boa medida inofensivos. Para quem esperava novidades, fica a sensação de propaganda enganosa...