

Opinião do GLOBO

Economia ilegal afeta país de forma implacável

Pirataria, contrabando, sonegação, desvio de água, luz, TV e internet drenam recursos de áreas essenciais

Práticas criminosas como pirataria, contrabando, sonegação fiscal, furto de serviços como água, luz, TV e internet têm custo alto para o país, apontou o evento "Caminhos do Brasil", iniciativa dos jornais O GLOBO e Valor Econômico de da rádio CBN, com o patrocínio de entidades vinculadas ao setor comercial. Pelas contas do levantamento "Brasil ilegal em números", produzido pelas maiores associações industriais brasileiras, o prejuízo chegou a R\$ 454 bilhões em 2022, ou quase 5% do PIB. As perdas registradas por 16 setores econômicos somaram R\$ 297 bilhões. Os tributos que deixaram de ser arrecadados são estimados em R\$ 136 bilhões. So recursos que poderiam ser destinados a setores prioritários como educação, saúde ou segurança. Só os furtos de água — equivalentes a 2,6 vezes o volume armazenado no sistema Cantareira, em São Paulo — representaram R\$ 14 bilhões. Os de energia alcançaram R\$ 6,3 bilhões. Há um pensamento equivocado disseminado na população de que essas ilegalidades são um mal menor. Não

são. Afetam de forma implacável a todos. O produto piratado, aparentemente semelhante ao original, representa riscos, pois não segue as normas impostas à indústria legal. Perdas em serviços básicos geram impacto nas tarifas, encarecendo as contas pagas por toda a sociedade. No setor de combustíveis, em que as fraudes somam R\$ 15 bilhões, produtos adulterados danificam veículos. Reflexo óbvio dessas práticas é o desemprego. Em 2022, elas resultaram em 370 mil vagas com carteira assinada a menos. É preciso levar em conta também que grande parte dessas práticas está associada ao crime organizado. Em São Paulo, redes de postos ilegais são controladas pela principal facção criminosa do estado, o PCC. Em comunidades do Rio, quadrilhas de milicianos e traficantes se especializam em vender serviços ilegais à população. Empresas operando dentro da lei são impedidas pelos criminosos de atuar nessas áreas. A ilegalidade vai dos sinais furtados de TV e internet a serviços essenciais como água ou luz. O enfrentamento à ilegalidade é desafiador. Há avanços, ainda que

tímidos. O combate à sonegação é parte importante na discussão da reforma tributária em regulamentação no Congresso. A estimativa é que, dos R\$ 454 bilhões perdidos para a ilegalidade, 30% correspondam a impostos não recolhidos. Além da reforma, vários projetos de lei poderiam contribuir para reduzir as perdas. O setor produtivo defende uma política integrada para combater o problema de forma mais célere e a redução de tributos para desestimular o comércio ilegal, que oferece preços mais baixos. Está claro que, a despeito de operações policiais realizadas de tempos em tempos, ainda há muito a fazer para coibir as práticas ilegais. É preciso atuar em várias frentes, aperfeiçoando a legislação, ampliando a fiscalização, atuando no combate às quadrilhas. Além disso, é necessário esclarecer a população que ela não leva nenhuma vantagem ao comprar produtos ou serviços falsificados, furtados ou contrabandeados. O país perde recursos e empregos que beneficiariam a todos. Quem lucta com a ilegalidade são apenas os bandos. A sociedade fica com o prejuízo.

Artigos

opinioes.globo.com/opinioes/colunistas/thiago-prado

*ARTIGO

Marielle e a verdade que incomoda



THIAGO PRADO

No último domingo, reportagem do Fantástico exibiu pela primeira vez os vídeos da delação premiada do ex-policia militar Ronnie Lessa, assassino confesso do vereador Marielle Franco e do motorista Anderson Gomes, em 2018. Com o depoimento, a Polícia Federal (PF) indicou, e a Procuradoria-Geral da República (PGR) denunciou como mandantes do atentado, os irmãos Domingos e Chiquinho Brazão, além do delegado da Polícia Civil do Rio de Janeiro, Rivaldo Barbosa. Os três estão presos desde o fim de março, acusados pelo crime. Uma voz solitária começou a expor nesta semana a verdade incômoda só reconhecida pela esquerda em conversas reservadas. Enquanto celebravam o encerramento do caso em entrevistas e postagens na internet, parlamentares do PT ao PSOL admitiram privadamente que há uma série de problemas no fato de a investigação estar toda baseada na delação de Lessa.

— Acharmos a conclusão do inquérito um pouco precipitada, inclusive porque os irmãos Brazão e o Rivaldo não foram ouvidos. Há ainda muitos elos e complexidades a desenvolver. A PF não conseguiu comprovar vários fatos narrados por Lessa — afirmou o deputado federal Chico Alencar (PSOL-RJ) ao blog da jornalista Malu Gaspar.

Na próxima segunda-feira, quando finalmente deverá prestar depoimento, Rivaldo terá muito a explicar na PF. Suas passagens nos comandos das delegacias de Homicídios e da Polícia Civil fluminense coincidem com uma sequência de assassinatos impunes envolvendo milícias e ego do bicho no Rio. Além disso, são inaplicáveis as falhas na investigação do caso Marielle, em particular na requisição das imagens do sistema de câmeras da cidade, enquanto Rivaldo era chefe de polícia do Rio. Como resultado na página 12 de uma manifestação da PGR de março, as filmagens que "poderiam revelar a rota de fuga tomada pelos executores foram deliberadamente ignoradas, deixando de ser sabidas".

O delegado não é acusado de atrapalhar as investigações, mas sim de planejar o assassinato com os irmãos Brazão. Partem daí as interrogações que contrangem a esquerda no debate público. Qual a outra prova contra Rivaldo, além do relato de Lessa de que ouviu os irmãos Brazão dizerem que o atentado

não deveria ser feito perto da Câmara dos Vereadores? Se o elemento que o coloca na cena do crime é a armação anterior de incriminar o vereador Marcelo Siciliano pelo assassinato, por que não foram investigados os três delegados federais (Helio Kristian, Lorenzo Martins Pomplio e Felício Laterça) que levaram para depor a testemunha da falsa tese?

Mais lacunas incomodam PT e PSOL nas resenhas longe dos microfones e gravadores. Marielle foi então assassinada por um perfil combativo na grilagem de terras sem nunca ter sido protagonista nesse debate na Câmara Municipal? Lessa, experiente matador do cabanismo do crime carioca, aceitou uma promessa futura de negócios em dois loteamentos de Jacarepaguá por inexpressíveis R\$ 100 milhões? A PF descobriu via depoimento de Lessa que a família Brazão tinha um infiltrado no PSOL chamado Laerte Silva de Lima e nunca o intimou a depor?

O dolo da falta de provas na ferida da esquerda produz dois argumentos difíceis de sustentar. O primeiro diz respeito a informações que só PF, PGR e Alexandre de Moraes, relator do caso no Supremo Tribunal Federal (STF), poderiam ter e que ainda não teriam vindo a público. Se tais evidências contantes existissem contra os mandantes — e elas não existem —, deveriam estar nas 479 páginas do relatório final da polícia ou nas 34 páginas da denúncia da Ministério Público Federal. A ausência de uma bola de prata esclarecedora também estimula a retórica de que o crime aconteceu faz muito tempo e de que é difícil descobrir elementos confirmando a confissão de Lessa. Ontem, mais uma vez, a PF buscou emplacar a versão num relatório divulgado no portal g1 sobre as poucas mensagens encontradas no celular apreendido de Domingos Brazão.

— Análise de tal aparelho é exemplo de enorme dificuldade de que esta equipe encontrou para o resgate de elementos de convicção que possam auxiliar na presente investigação. Como a esquerda martelou durante a Operação Lava Jato, é preciso prova, e não apenas convicção, para encerrar uma investigação policial.

* Thiago Prado é editor de Política e Brasil do O GLOBO

N. da R.: Marielle Pereira votará a escrever no dia 4 de junho

Congresso tem de aprofundar debate sobre PEC das Praias antes de votá-la

Não faz sentido promover mudança tão ampla sem entender todas as implicações, sobretudo as ambientais

A Proposta de Emenda à Constituição 3/2022, conhecida como PEC das Praias, ganhou impulso ao ser debatida na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) do Senado. Relatada pelo senador Flávio Bolsonaro (PL-RJ), ela revoga um inciso do artigo 20 da Constituição que atribui à União a propriedade das áreas situadas numa faixa de 33 metros do mar, contadas a partir da linha traçada com base na média da maré cheia de 1831 (são os "termos de marinha"). A PEC transfere gratuitamente a estados e municípios a propriedade desses terrenos — ou então a entes privados que os ocupem, mediante pagamento. O governo assumiu posição contrária, alegando que a PEC abre espaço à privatização de praias e favorece a especulação imobiliária sem preocupação com os riscos ambientais. De acordo com a secretária adjunta da Secretaria de Gestão do Patrimônio da União (SPU), Carolina Galbas Stuchi, ela restringe o conceito de faixa de segurança e permite alienação e transferência do

domínio das áreas, prejudicando o Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro. A oposição nega que a mudança permita criar praias privadas e afirma que a propriedade da PEC não impede o uso das áreas. No passado, a presença do Estado no litoral se justificava pela necessidade de defender o Brasil das tentativas de invasão pelo mar. Mas a defesa deixou de fazer sentido como justificativa para a propriedade das terras do costa. Vigora hoje uma situação conveniente para o governo, que se beneficia de taxas sobre toda negociação imobiliária nessas áreas. Segundo Galbas, a União arrecada R\$ 1,1 bilhão por ano com tais imóveis. No Balcão Geral da União (BGU), eles representam um ativo de R\$ 213 bilhões (oculando 2,9 milhões de imóveis ainda sem cadastro). Apesar da oportunidade financeira, não está claro que a transferência a estados e municípios ou a venda a entes privados seja uma solução adequada se adotada sem as devidas precauções. Há risco de povoamento desordenado do

litoral, com consequências ambientais drásticas caso as regras de ocupação dependam apenas dos grupos políticos locais. As implicações da PEC são amplas o bastante para justificar menos acodamento em sua tramitação. O aumento no nível das oceanos parece inevitável, e uma das frentes de trabalho estratégicas em tempos de aquecimento global será a preparação da costa brasileira para conter um mar muito diferente daquele de 1831. Se isso já desaconselharia tirar o litoral da jurisdição da União. Há, ainda, áreas de manguezais, necessários à reprodução da vida marinha, que precisam de proteção. Além das dificuldades para a população e colônias de pescadores. Em vez de fragmentar a propriedade dos terrenos no litoral e dificultar o controle da ocupação da costa, o Congresso deveria pedir transparência na aplicação do dinheiro que eles rendem. E a proximidade das eleições municipais recomenda cautela. Não faz sentido aprovar PEC do transformadora sem que haja mais tempo para entender todas as suas repercussões.

GRUPO GLOBO

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
PRESIDENTE: Joo Roberto Moreira
VICE-PRESIDENTES: Joo Roberto Moreira e Roberto Moreira, Roberto

O GLOBO

apresentado pelo Grupo Globo
DIRETOR GERAL: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

PRINCÍPIOS EDITORIAIS DO GRUPO GLOBO: <http://globo.com/principios>

ESTRUTURA DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

ESTRUTURA DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
ESTRUTURA DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

VENDEDOR DE BANCOS
DIRETOR DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

VENDEDOR DE BANCOS
DIRETOR DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

VENDEDOR DE BANCOS
DIRETOR DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

VENDEDOR DE BANCOS
DIRETOR DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

VENDEDOR DE BANCOS
DIRETOR DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

VENDEDOR DE BANCOS
DIRETOR DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

VENDEDOR DE BANCOS
DIRETOR DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

VENDEDOR DE BANCOS
DIRETOR DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

VENDEDOR DE BANCOS
DIRETOR DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

VENDEDOR DE BANCOS
DIRETOR DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

VENDEDOR DE BANCOS
DIRETOR DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit

VENDEDOR DE BANCOS
DIRETOR DE VENDAS: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE MARKETING: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE OPERAÇÕES: Roberto Zappala Kallit
DIRETOR DE RELACIONAMENTO: Roberto Zappala Kallit