

O Usufruto do Diário Oficial do Estado de Pernambuco em Prol da Imagem de Eduardo Campos¹

Edilberto Vinícius Brito NASCIMENTO²
Cristina Teixeira Vieira de MELO³
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

A publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social. São vedados nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos, segundo lei da Constituição Federal (1988). Este artigo pretende investigar o caráter legalmente exigido do Diário Oficial do Estado de Pernambuco, entendendo-se como hipótese que o governo/Secretaria de Imprensa utilizou-se de tal meio para promover a imagem pessoal do presidenciável e à época governador Eduardo Campos.

Palavras-chave: *Diário Oficial do Estado de Pernambuco; Eduardo Campos; Jornalismo.*

Introdução

Uma das mais antigas publicações oficiais do País, o Diário Oficial do Estado de Pernambuco funciona desde 1924. Tem como objetivo a publicação dos atos, decretos e regulamentos em torno do Poder Executivo, Legislativo e Ministério Público estaduais (ver anexo). A tiragem média está na ordem de dois mil exemplares por dia, que são distribuídos em secretarias, repartições e escolas.

Em maio de 2013, porém, o Diário Oficial esteve à mira de uma reportagem – que inspirou esta pesquisa – da Folha de São Paulo, “‘Diário Oficial’ de Pernambuco faz

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação do 5º período do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); e-mail: viniciusdebrito@ymail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); e-mail: cristinateixeiravm@gmail.com.

promoção pessoal de Campos”, segundo a qual “ele [o então governador de Pernambuco, Eduardo Campos] é majoritariamente identificado pelo primeiro nome nas manchetes [47 das 58 do jornal no primeiro trimestre de 2013] e tem aspas elogiosas ao próprio governo destacadas nas chamadas do jornal” (Folha de São Paulo, 08/04/2013).

A publicação da reportagem suscitou insatisfação tanto na Assembleia Legislativa de Pernambuco (Alepe) – cujos deputados opositores deram entrada com pedido de investigação no Ministério Público de Pernambuco (MPPE) para averiguar o uso do Diário Oficial como promoção pessoal do governador – quanto no Governo do Estado de Pernambuco, que decidiu extinguir, em longo prazo, a versão impressa do Diário.

Candidato do Partido Socialista Brasileiro (PSB) à Presidência nas eleições de 2014, Eduardo Henrique Accioly Campos⁴ foi eleito em 2006 e reeleito em 2010 ao cargo de governador do Estado de Pernambuco.

A presente pesquisa busca verificar se o Diário Oficial do Estado de Pernambuco (DO) funcionou como veículo de promoção da imagem do então governador de Pernambuco Eduardo Campos, no que se apoia na Constituição Federal (1988), em seu §1º do inciso XXI de seu art. 37:

A publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

A pesquisa pretende investigar o real uso do Diário Oficial do Estado de Pernambuco, a fim de que se reconheça legitimidade e transparência junto ao público contribuinte para a produção e divulgação do periódico.

Têm-se, então, como objetivos (a) investigar um possível uso com finalidade de *marketing* político-eleitoral pelo então governo de Eduardo Campos/ Secretaria da Imprensa do veículo Diário Oficial do Estado de Pernambuco (DO); e (b) analisar as manchetes do Diário Oficial do Estado de Pernambuco (Poder Executivo) com a iniciativa

⁴ Nascido em 10 de agosto de 1965, no Recife, Eduardo Campos formou-se em Economia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e é neto de Miguel Arraes – Prefeito do Recife (1960-1962), deputado estadual (1950-1954/1954-1958), deputado federal (1983-1986/1991-1995/2003-2005) e governador do Estado de Pernambuco (1963-1964/1987-1990/1995-1999) –, de quem foi chefe de gabinete entre 1988 e 1990. Entre os cargos políticos que ocupou estão o de deputado estadual (1991-1995), deputado federal, cargo para o qual se elegeu três vezes consecutivas (1995-1999/1999-2003/2003-2007) e governador do Estado de Pernambuco (2006-2010/2010-atual), todos pelo Partido Socialista Brasileiro (PSB), do qual é presidente nacional desde 2005.

de caracterizar os critérios de editoração ou *noticiabilidade* do periódico; neste sentido, faz-se uma análise do Manual de Redação do Diário Oficial.

Apresentam-se, também, as hipóteses de que (I) o então governador de Pernambuco apropriou-se do Diário Oficial do Estado de Pernambuco (DO) com a finalidade de *marketing* político-eleitoral, seja visando à presidência do País, seja visando a outros cargos políticos; e (II) de que o DO priorizou, como critério editorial para a capa (Poder Executivo), fatos em torno da agenda política e/ou programa de governo de Eduardo Campos.

A pesquisa dá-se através da análise das capas, em especial, das manchetes, do Diário Oficial do Estado de Pernambuco⁵ entre os meses de agosto, setembro e outubro de 2013 – tal recorte deve-se à visibilidade e importância atribuída às manchetes; já a escolha dos meses deve-se, primeiro, à atualidade e, segundo, à proximidade da data-limite descrita na Lei das Eleições (Lei 9.504/97), a qual determina, por exemplo, a desincompatibilização, quando um pré-candidato que exerce função pública deve deixar o cargo.

Fundamentação Teórica

O Diário Oficial do Estado de Pernambuco funciona há 89 anos. O propósito do periódico é a publicação dos atos, decretos e regulamentos em torno do Poder Executivo, Legislativo e Ministério Público estaduais. Em maio de 2013, porém, o periódico foi alvo de uma reportagem da Folha de São Paulo⁶: “‘Diário Oficial’ de Pernambuco faz promoção pessoal de Campos” (Folha de São Paulo, 08/04/2013). De acordo com a Folha, o então governador de Pernambuco, na época, já encarado como presidenciável para as eleições de 2014, figurava em 47 das 58 capas do jornal no primeiro trimestre de 2013.

Nesta pesquisa, o jornal *medium*, em particular, o Diário Oficial do Estado de Pernambuco, compreende uma instituição social. Por conseguinte, segundo Peter Berger e Brigitte Berger (1977), obedece às características fundamentais: *exterioridade* – “a instituição é alguma coisa situada fora do indivíduo, alguma coisa que de certa maneira (duma maneira bastante árdua, diríamos) difere da realidade formada pelos pensamentos, sentimentos e fantasias do indivíduo” (Ibid., 1977) –; *objetividade* – “As instituições são

⁵ O arquivo fac-símile do Diário Oficial é disponibilizado pela Companhia Editora de Pernambuco (CEPE) em www.cepe.com.br/diario/.

⁶ A Folha de São Paulo faz parte dos 90% da mídia brasileira que “é controlada por apenas quinze grupos familiares” (NUZZI apud CAPPARELLI; LIMA, 2004, p. 29).

experimentadas como possuidoras de objetividade” (Ibid., 1997) –; *coercitividade* – “o poder essencial que a instituição exerce sobre o indivíduo consiste justamente no fato de que a mesma tem existência objetiva e não pode ser afastada por ele” (Ibid., 1997) –; *autonomia moral* – “Não se mantêm [as instituições] apenas através da coercitividade. Invocam um direito à legitimidade; em outras palavras, reservam-se o direito de não só ferirem o indivíduo que as viola mas ainda o de repreendê-lo no terreno da moral” (Ibid., 1977) –; e, por fim, *historicidade* – “As instituições têm a qualidade da historicidade. Não são apenas fatos, mas fatos históricos; têm uma história” (Ibid., 1977).

Esta institucionalidade do jornal *medium* implica “tipificações”, quer dizer, modos construídos de operar sujeitos a uma “ideologia profissional”. “As tipificações recíprocas de ações se constroem ao longo de uma história compartilhada: não podem ser criadas em um instante. As instituições sempre têm uma história da qual são produtos” (BERGER, P.; LUCKMANN, T., 2001, p. 76, tradução nossa). Nesta pesquisa, delegam-se tais “tipificações” ao manual de redação do Diário Oficial do Estado de Pernambuco, pressupondo-se que “as notícias’ são o produto final de um processo complexo que se inicia numa escolha e selecção⁷ sistemática de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas” (HALL et al., 1993, p. 224).

Para a afirmação/negação das hipóteses – o então governador de Pernambuco, Eduardo Campos/Secretaria de Imprensa, teria se apropriado do Diário Oficial do Estado de Pernambuco (DO) com a finalidade de *marketing* político-eleitoral, adotando-se como critério editorial para a capa do periódico oficial fatos em torno da agenda política do presidenciável e/ou programa de governo – são usados os “critérios de valência” (NEVES, 2008, p. 12) para o discernimento noticioso.

Flora Neves apropria-se dos critérios adotados pelos pesquisadores do Doxa (Laboratório de Pesquisas em Comunicação Política e Opinião Pública): (a) “Valência positiva: a matéria sobre determinado candidato reproduz suas promessas, o programa de governo, as declarações ou os ataques a concorrentes e inclui textos que destacam os resultados favoráveis de pesquisas de intenção de voto” (NEVES, 2008, p. 12); (b) “Valência negativa: a matéria reproduz ressalvas, críticas ou ataques de concorrentes ou de terceiros ao candidato. Inclui também abordagens que destacam os resultados desfavoráveis de pesquisas de intenção de voto” (Ibid., 2008, p. 12); e (c) “Valência neutra: a matéria se

⁷ Citação retirada de “A produção social das notícias: o mugging nos media”. Original em português europeu.

restringe a expressar a agenda do candidato ou citações sem avaliação moral, política ou pessoal sobre os candidatos” (Ibid., 2008, p. 12).

O conceito de usufruto, “direito real de usar algo sem ser o verdadeiro dono” (MICHAELIS, 2008), o qual aparece convenientemente no título desta pesquisa, está correlacionado ao *marketing* e à comunicação pública. Aqui não se distingue *marketing* político e eleitoral; pois, segundo Jorge Almeida (2004, p. 339, grifo do autor),

A construção de contextos e de cenários de representação da política é feita ou preparada a médio e longo prazos, ou seja, previamente ao período eleitoral propriamente dito. Daí a indissociabilidade entre o *marketing* político e o eleitoral. A ação do *marketing* eleitoral *estrito senso*, e em especial nos 45 dias de Horário Eleitoral Gratuito de Televisão (HEGTV), é limitada pelo contexto político como um todo e pelo cenário de representação da política já construídos, ou seja, é condicionado pela realidade material e simbólica. Daí a necessidade de se trabalhar com o conceito e a prática do *marketing* político-eleitoral e não com o de “comunicação política” ou “propaganda política”, “publicidade” ou “*marketing* eleitoral” autônomos. Porque no *marketing* político está incluído o conjunto da estratégia e não somente a sua função publicitária.

A comunicação pública, por sua vez, está determinada na Constituição Federal (1988) no §1º do inciso XXI de seu artigo 37:

A publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

O não cumprimento de tais orientações implica o disposto no §4º do mesmo inciso e artigo: “Os atos de improbidade administrativa importarão a suspensão dos direitos políticos, a perda da função pública, a indisponibilidade dos bens e o ressarcimento ao erário, na forma e gradação previstas em lei, sem prejuízo da ação penal cabível.”

Enfim, esta pesquisa toma como papel institucional da comunicação pública, particularmente, do Diário Oficial do Estado de Pernambuco, a formação/mediação da “opinião pública” e “conhecimento social”, segundo Stuart Hall et al. (1993, p. 234, grifo do autor),

Em sociedades onde o grosso da população não tem acesso directo⁸ nem poder sobre as decisões centrais que afectam as suas vidas, onde a política oficial e opinião estão concentradas e a opinião popular está dispersa, os *media* desempenham um papel de ligação e de mediação crítica da opinião pública e na orquestração dessa opinião com as ações e perspectivas dos poderosos. Os *media* não só possuem um quase monopólio do “conhecimento social”, como fonte primária de informação daquilo que acontece – também dirigem a passagem entre aqueles que estão “no saber” e a ignorância estruturada do público em geral.

Análise Quantitativa

O “Manual de Redação do Diário Oficial e do Tribuna Parlamentar” (MENDONÇA, N.; LUCENA, C.) não faz referência a critérios de editoração ou *noticiabilidade* do periódico. O objetivo da publicação, dizem as autoras, é a padronização estilística gramatical e o esclarecimento do funcionamento do Poder, de regras de tramitação entre outros assuntos do Regimento Interno da Assembleia Legislativa do Estado de Pernambuco (ALEPE).

A pesquisa realizada aqui entre os meses de agosto, setembro e outubro de 2013, entretanto, indica que o periódico segue alguns critérios de *noticiabilidade*.

A metodologia de análise, como afirmado, compartilhou os critérios de valência adotados pelos pesquisadores do Laboratório de Pesquisas em Comunicação Política e Opinião Pública (valência positiva, negativa e neutra), mas com complementações e ressalvas, visto que se está analisando um veículo oficial, pressupõe-se a inexistência da valência negativa – quando a matéria reproduz críticas, ataques a concorrentes. Outro ponto levado em consideração nas análises foi a pluralidade de fontes e versões, já que se acredita aqui que “somente a pluralidade de perspectivas de enunciação pode configurar o jornalismo como um campo plural e representativo da diversidade social.” (MACHADO, 2006, p. 9).

Foram sessenta e quatro capas analisadas e, ao todo, cento e quatro matérias ou notas. Não houve registro de “valência negativa”, como previsto. O nome “Eduardo” aparece titulado duas vezes (6,45 %) – no primeiro trimestre de 2013, Eduardo Campos foi

⁸ Citação retirada de “A produção social das notícias: O mugging nos media”. Original em português europeu.

identificado pelo primeiro nome em 47 das 58 manchetes do Diário Oficial (Folha de São Paulo, 08/04/2013). Porém, fez-se referência a ele em 27,88 % dos lides.

Em relação às “valências”, observou-se que trinta e duas matérias ou notas (30,76 %) eram positivas, enquanto que (69,23 %) eram neutras. A título de exemplo, “Inaugurado 18º Terminal Integrado” (Diário Oficial do Estado de Pernambuco, 16/06/2013): determinada “positiva”, a matéria não apresenta pluralidade de fontes, somente o então governador Eduardo Campos foi citado, aliás, elogiando a própria gestão:

“Pernambuco tinha uma passagem cara e um serviço ruim. Fomos atrás dar um salto na qualidade no sistema de transporte público, mas também de garantir a inclusão de mais pessoas ao sistema. Hoje, estamos entre as três passagens mais baratas do Brasil”, comemorou (Diário Oficial do Estado de Pernambuco, 16/06/2013).

Outro exemplo de “valência positiva” é “Eduardo defende olhar regional sobre políticas de desenvolvimento nacional” (Diário Oficial do Estado de Pernambuco, 15/06/2013): uma das poucas matérias que cita “Eduardo” no título; não se recorre a nenhuma outra fonte além do então governador e nota-se, também, um tom crítico do Partido Socialista Brasileiro (PSB), do qual Eduardo Campos é presidente, em relação ao Governo Federal:

“O recorte diferenciado dos investimentos do Tesouro vai legar ao Brasil não depender do governante do dia, nem das decisões de quem conhece mais. Mas criar um sistema para garantir a institucionalidade, o valor de Política de Estado e não de Governo”, explicou Eduardo (Diário Oficial do Estado de Pernambuco, 15/06/2013).

*

“Eduardo também destacou a urgência de fazer um ‘grande esforço’ pela educação, assim como incrementar os investimentos em setores que vão continuar ‘puxando o crescimento’, a exemplo da indústria automotiva, dos setores de petróleo e gás, e da energia eólica.”

(Diário Oficial do Estado de Pernambuco, 15/06/2013).

No caso de “Expresso Cidadão faz 15 anos” (07/08/2013) e “Governo capta R\$ 1,2 bilhão” (13/08/2013), o enquadramento “positivo” deve-se às aspas elogiosas no comentário de um secretário, no corpo do texto e, por último, de uma diretora, na mesma ordem:

“O Expresso Cidadão completa 15 anos de história, transformação social e inclusão. Ele é uma das formas mais legítimas de colocar a população pernambucana diante da cidadania plena. É o tipo de política pública que deve ser permanente porque inclusão social é uma necessidade do estado democrático de direito”, declarou Padilha.

*

“É importante ressaltar que a oferta de serviços com qualidade, agilidade, eficiência e conforto garante o sucesso da ação.”

*

ELOGIO – “Outros Estados brasileiros já utilizam de experiências que nascem em Pernambuco para firmar parceria com o Banco Mundial. O mais interessante que vemos aqui é a sinergia entre as áreas, que são integradas, além da gestão fiscal e da capacidade de implementação dos projetos. As equipes são muito bem preparadas”, sublinhou a diretora do Banco Mundial para o Brasil, Deborah Wetzel.

Trazem-se, por outro lado, exemplos de “valência neutra”. É relevante ressaltar aqui que a maioria das matérias ou notas rotuladas nesse quesito não fez referência a Eduardo Campos ou à sua agenda política. “Campanha de combate à homofobia” (02/08/2013), “Compesa procura diminuir os impactos das obras que executa” (24/08/2013) e “Governo apoia mulheres que atuam no processamento da mandioca” (28/08/2013), por exemplo, dizem respeito à Secretaria Executiva de Justiça e Direitos Humanos, Companhia Pernambucana de Saneamento (COMPESA) e ao governo, na mesma ordem, e não apresentam avaliação política ou pessoal sobre o governador.

Em suma, a coleta de matérias e notas do DO revela uma predileção pelos temas acerca da agenda política de Campos: dos 104 textos analisados, 39 (37,5%) traziam o critério de *noticiabilidade* da agenda do governador, os 65 (62,5%) restantes eram sobre temas relacionados a secretarias ou órgãos públicos e *fait divers*.

Considerações Finais

O Manual de Redação do Diário Oficial do Estado de Pernambuco (ALEPE) não classifica critérios de *noticiabilidade* do jornal, mas, embora não exista uma “ideologia profissional” impressa, percebe-se uma condução ou “tipificação” (BERGER, P.;

LUCKMANN, T., 2001) subentendida do periódico para o tratamento do que é notícia, com base no levantamento que aponta a agenda do então governador do Estado de Pernambuco, Eduardo Campos, como critério de editoração de 37,5% dos textos analisados.

No tocante à reportagem da Folha de São Paulo realizada no primeiro trimestre do ano passado, em que Eduardo Campos era identificado pelo primeiro nome em 47 das 58 manchetes do Diário Oficial (Folha de São Paulo, 08/04/2013), não se pode afirmar, porém, que tal estratégia tenha sido mantida pelos editores do jornal, haja vista que entre os meses de agosto, setembro e outubro somente duas publicações titulavam o nome de Eduardo, ainda que esse voltasse a aparecer em boa parte dos lides.

Contudo, o relevante aqui é ressaltar que tal veículo de comunicação pública deixa, paulatinamente, de propagar o nome do governador, com a finalidade de *marketing* político-eleitoral, o que é vedado por lei da Constituição Federal (1988), para passar a reconhecer o trabalho conjunto do Governo do Estado e proporcionar “conhecimento social” adequado para os (e)leitores.

O Diário Oficial, assim, parece ter adotado um tom cauteloso enquanto às notícias sobre Eduardo Campos, mas as informações jornalísticas ainda carecem da pluralidade de perspectivas de enunciação. Também deve se pontuar que o DO, como instituição, obedece a uma tradição hierárquica do que é notícia, que, no caso, é principalmente a agenda política do governante em exercício.

A discussão, no entanto, não se encerra com os resultados apresentados. A título de exemplo, a Folha de São Paulo denunciou, novamente, o uso indevido da máquina pública com a publicação de informações pessoais de Campos, agora sobre o nascimento do seu quinto filho, no site do Governo do Estado – “Campos usa estrutura de governo em nascimento do quinto filho”; “O nascimento do bisneto do ex-governador Miguel Arraes (1916-2005) era o destaque do site oficial do governo durante toda a manhã desta quarta-feira, com direito a foto e reportagem no ‘Blog de Notícias do Governo’” (Folha de São Paulo, 29/01/14). Este trabalho de fiscalização dos *media* deve ser continuado, a fim de que jornalismo e democracia, de tal forma, possam servir melhor à população.

Referências

- ALMEIDA, J. **O Marketing Político-eleitoral**. In LIMA, V. A. de et al. **Comunicação política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004, p. 578.
- BERGER, P., BERGER, B. **O que é uma instituição social?** In: FORACCHI, M. M., MARTINS, J. S. (Orgs.). **Sociologia e sociedade**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1977.
- BERGER, P.; LUCKMANN, T. **La construcción social de la realidad**. Tradução de Silvia Zuleta. Buenos Aires: Amorrortu, 2001, 240 p. Título original: **The Social Construction of Reality**.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Centro de Documentação e Informação. 35ª ed. Brasília: Edições Câmara, 2013. 61p.
- CAMPARELLI, S.; LIMA, V. A. de. **Comunicação e televisão: desafios da pós-globalização**. São Paulo: Harcker, 2004.
- CARVALHO, D. **Campos usa estrutura de governo em nascimento do quinto filho**. *Folha de São Paulo*, São Paulo, jan. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/01/1404497-campos-usa-estrutura-de-governo-em-nascimento-do-quinto-filho.shtml>>. Acesso em: 30 de jan. 2014.
- LIMA, D. **'Diário Oficial' de Pernambuco faz promoção pessoal de Campos**. *Folha de São Paulo*, São Paulo, abr. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/1258888-diario-oficial-de-pernambuco-faz-promocao-pessoal-de-campos.shtml>>. Acesso em: 31 de ago. de 2013.
- MACHADO, M. B. **Jornalismo e Perspectivas de Enunciação: uma abordagem metodológica**. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 14, p. 1-11 janeiro/julho 2006.
- MENDONÇA, N.; LUCENA, C. **Manual de Redação do Diário Oficial e do Tribunal Parlamentar**.
- MICHAELIS: **dicionário escolar língua portuguesa**. 3ª ed. rev. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2008.
- NEVES, F. **Telejornalismo e poder nas eleições presidenciais**. São Paulo: Summus, 2008, 232 p.
- HALL, S. et al. **A produção social das notícias: O mugging nos media**. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: *Veja*, 1993, p.224-250.

SANTOS, C. F. B. dos. **A publicidade autopromocional do agente público**. Disponível em:<<http://www2.uol.com.br/aregiao/art/cfred.htm>>. Acesso em: 31 de ago. de 2013.

Anexo

Exemplo da edição do dia 6 de setembro de 2013/Reprodução.

Diário Oficial

Estado de Pernambuco

Ano XC • Nº 1.69

Poder Executivo

Recife, sexta-feira, 6 de setembro de 2013

Governo e municípios unem esforços no combate às drogas

A implantação de Conselhos Municipais de Políticas sobre Drogas foi discutida em encontro no Recife, aberto pela secretária estadual de Desenvolvimento Social e Direitos Humanos, Laura Gomes. O evento, coordenado pelo Conselho Estadual de Políticas sobre Drogas - Cepad, contou com a participação de representantes dos prefeitos da Região Metropolitana do Recife e de Goiana, na Mata Norte.



Laura Gomes defende criação de conselhos municipais para fortalecer as ações de combate às drogas

O objetivo foi debater e planejar com o procurador geral do Ministério Público, Aginaldo Fenclos, o coordenador do Programa PE contra o Crack, procurador Carlos Seabra, a representante da sociedade civil, Valdenice Campos, e o gerente de Proteção Especial de Alta Complexidade, Rafael West, a implantação dos conselhos e repassar as últimas pactuações ministeriais referentes ao Plano Crack é Possível Vencer. Laura Gomes ressaltou que "o conselho municipal é um instrumento de extrema importância, já que é a partir dele que o município vai potencializar o debate sobre drogas, estimular pesquisas sobre a realidade local, incentivar e desenvolver atividades como palestras, seminários, encontros,

campanhas educativas, além de subsidiar a implementação dos programas e projetos que tenham relação com o combate às drogas". Rafael West fez uma apresentação do Programa Atitude, do Governo do Estado: "Temos procurado ampliar os serviços destinados ao atendimento de usuários de crack e outras drogas. As nossas unidades são divididas em Atitude Acolhimento e Apoio, Atitude Acolhimento Intensivo, Atitude nas Ruas e Alaguel Social". Ele ainda acrescentou que a Secretaria de Desenvolvimento Social e Direitos Humanos tem trabalhado para ampliar o Programa Focos com a Nota - Módulo Solidário, que assegura recursos para o atendimento a usuários de drogas e suas famílias.

Projeto assegura inclusão social com prática esportiva

A prática de atividades esportivas seguras que garantam a inclusão social será realidade para 1.620 crianças e adolescentes de cinco municípios pernambucanos que vão integrar o Projeto Direto ao Esporte Educacional Seguro e Inclusivo, resultado de um convênio firmado pela Petrobras e Secretaria Estadual da Criança e da Juventude. O secretário Pedro

Érico já assinou termos de parceria do projeto com representantes dos municípios de Itaquitinga, Goiana, Paulista, Nazaré da Mata e da Escola Superior de Educação Física da Universidade de Pernambuco, onde as atividades vão ocorrer no Recife.

O esporte educacional seguro permite que as crianças e adolescentes aumen-tem suas habilidades em

solucionar problemas, trabalhar em equipe e fortalecer os vínculos afetivos com a família e a comunidade. "Isso ocorre a partir do momento em que o esporte é percebido como mais uma ferramenta para o enfrentamento às violações de direito, como o trabalho infantil-juvenil e a exploração sexual. As atividades são estruturadas a partir da

adaptação de regras de acordo com as condições sociais e pessoais dos jovens inscritos e não têm como objetivo a competição, mas a inclusão social", disse Pedro Érico. Como parte do projeto, a partir de 16 de setembro, crianças e adolescentes de 7 a 17 anos, dos quatro municípios da Mata Norte e do Recife vão estar envolvidos em atividades esportivas.

Fórum propõe ações em apoio à mulher da zona canavieira

[Página 40]



Acompanha esta edição o suplemento cultural **Pernambuco**

Diário Oficial

Edição

CERTIFICAÇÃO DIGITAL

Documento eletrônico assinado digitalmente conforme MP nº 2.206-2/2001, que institui a Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil pelo Certificado ICP-Brasil - AC CertSign. Nº de Cert: C03PVAHA EDITORA DE PERNAMBUCO Nº de Série do Certificado: 304817018003019830119103030618173272
Nota Legal Brasileira: DIRETÓRIO SEI/9 Autoridade de Certificação de Tempo (ACT) - Certificação
O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 82, II da Constituição, adota o seguinte Edital: Provido, em face de lei. At P - Este título é Intelectual de Chaves Públicas Brasileira - ICP Brasil, que garante a autenticidade, a integridade e a validade jurídica de documentos em forma eletrônica, das aplicações de suporte e das aplicações habilitadas que utilizem certificados digitais, bem como a realização de transações eletrônicas seguras.