

Iniciativa do governo federal visa melhorar entendimento e demonstrar privilégios de servidores públicos

O governo federal vai dar nomes aos detratores de sua reforma de Previdência a partir da próxima semana, quando iniciará uma nova campanha de vídeos nas redes sociais. A mensagem chave das peças publicitárias será o que o governo considera privilégios do setor público e a diferença dos tetos das aposentadorias de servidores e aposentados da iniciativa privada.

Um dos vídeos apresentará dois personagens da mesma idade (60 anos), profissão (advogados), mostrando as distorções atuais. Um é funcionário público de alto escalão, já aposentado, e com renda integral de R\$ 35 mil; o outro, da iniciativa privada, terá de aguardar mais cinco anos e receberá o teto da Previdência, de pouco mais de R\$ 5,4 mil.

Os outros vão exigir situações semelhantes para reforçar a necessidade de igualdade de regras entre a iniciativa privada e o serviço público. Os vídeos usam o slogan “Reforma da Previdência. Contra os privilégios, a favor da igualdade”. Nos bastidores, a estratégia do governo de antagonizar os servidores públicos desagrada parte da base de apoio do governo. Mas o governo atua mais proativamente para colocar a reforma da Previdência em votação este mês. No entanto, a contagem mais otimista aponta apenas 270 votos favoráveis, quando são necessários pelo menos 308.

Fonte: [CNseg](#), em 02.02.2018.