

Empresários e política

A Federação das Indústrias de Brasília (Fibra) e a Associação Comercial do Distrito Federal (ACDF) são duas das entidades locais que vêm patrocinando debates com os candidatos que disputam os cargos majoritários nas eleições de outubro e novembro próximos. Trata-se de promoções da maior importância, em primeiro lugar, porque estimulam o envolvimento dos empresários com a vida política do País e em segundo, porque ensejam o contato direto, face a face entre os dirigentes empresariais e a classe política. Esses dois aspectos têm vários desdobramentos que realçam o significado da iniciativa das entidades.

Por demasiado tempo, salvo raríssimas e honrosas exceções, o empresariado brasileiro manteve-se afastado da vida política nacional. De um modo geral, considerava-se a política uma atividade menor e os políticos pouco mais que um mal necessário, aliás nem tão necessário assim já que os governos militares usurparam grande parte das prerrogativas do Poder Legislativo e da ação política.

Apesar da redemocratização, e mesmo da Constituinte, grande parte do empresariado não percebeu que a situação mudara e que era preciso participar mais ativamente do debate político. Em consequência, o cenário político brasileiro, a despeito de estarem dadas as condições para uma profunda renovação, seguiu dominado pelos políticos de velho estilo e por muitos aventureiros. Os parlamentares em condições de representar os anseios de modernidade da Nação, a partir de diversas posturas ideológicas, não passaram de uma minoria. Este é o quadro que é preciso mudar, e as eleições desse ano são a oportunidade para isso.

É fundamental para a consolidação e o aperfeiçoamento das instituições democráticas do Brasil um maior envolvimento do empresariado com a vida política. Para muitos essa atitude ainda é obstaculizada pelos preconceitos. A verdade, se formos analisar os dados disponíveis, é que o des-
crédito dos políticos junto aos empresários é

tão grande quanto a desconfiança da população relativamente ao empresariado. Em nenhuma pesquisa recente a população citou algum empresário entre as personalidades dignas de sua admiração. Mais, em termos de confiabilidade junto ao cidadão, o empresariado tem ficado sistematicamente atrás da Igreja, dos sindicatos (o que é significativo), da imprensa, dos militares e, o que não deixa de ser surpreendente, das prefeituras e dos governos estaduais.

A participação política do empresariado é indispensável tanto do ponto de vista da cidadania de cada um quanto de seu papel na vida econômica. Quem não procura se informar — e tão bem quanto possível — sobre as propostas e as características dos candidatos, limitando sua atuação política ao ato de votar, não tem o direito de se queixar dos políticos. Se alguém considera eleição apenas o contribuir com sua fração na outorga de um mandato, não pode esperar que o eleito faça outra coisa que considerar-se livre para por e dispor desse mandato.

O número de empresários que se lança na política dispondo-se até a ser candidato tem aumentado. Isso é um sinal positivo — e é necessário que as entidades de classe promovam a atuação política de seus membros e os debates com os candidatos de todas as tendências — mas é preciso evitar alguns equívocos que podem ser frustrantes tanto para os eleitos quanto para os eleitores.

A maior contribuição que um empresário-parlamentar pode dar ao País e ao segmento do qual faz parte não é atuar corporativamente em defesa de interesses particulares. O que o País precisa e muito é de parlamentares que tenham precisamente uma visão mais ampla da vida nacional, que sejam capazes de analisar, por exemplo, um determinado projeto de lei, não pelos benefícios que traga a um determinado setor da sociedade, mas à Nação como um todo, à luz de critérios como a relação custo/benefício, que sejam capazes de avaliar corretamente fatores como produtividade, eficiência etc.