

Governo traiu, reclama população

Uma pesquisa da Standard, Ogilvy & Mather mostra a falta de confiança da população no governo

MAYSA PENNA

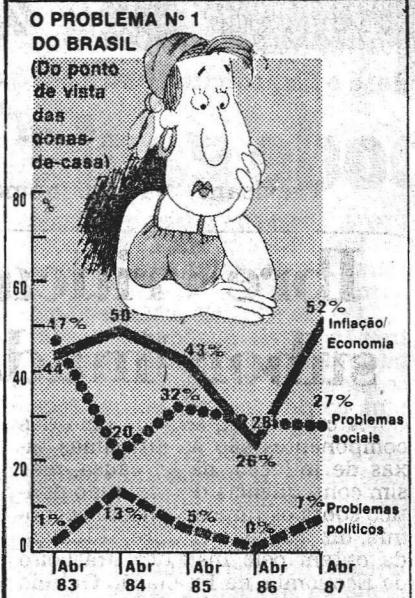
As pessoas foram traídas pelo governo. Depois de recuperarem a confiança nas instituições, com a Nova República, e de conecerem, talvez pela primeira vez, o sentimento de coletividade, quando foram convocados pelo governo a participar da execução do Plano Cruzado, os cidadãos brasileiros estão mais do que pessimistas: estão decepcionados, derrotados, céticos, descrentes e sem perspectiva.

Isto é a conclusão que se tira com o último *Listening Post*, pesquisa trimestral sobre consumidores realizada pela agência de publicidade Standard, Ogilvy & Mather. Os dados acabaram de ser processados e a equipe da agência, liderada por Clarice Herzog, está elaborando os relatórios e conclusões. Mas os números são eloquentes: 80,3% de 650 homens e mulheres entre 19 a 55 anos, residentes em sete capitais brasileiras (São Paulo, Rio, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Salvador e Recife), afirmam que foram traídos pelo governo.

Quando pensam na situação atual do país, em especial na situação econômica, esses consumidores ficam pessimistas (60,3%), céticos, descrentes e deprimidos (56,9%). Para as pessoas, "todo o mundo está desnorteado, o governo não sabe para onde vai e o povo sabe menos ainda" (90,5%). E o pior é que a diminuição do poder de compra (95%), a corrupção (93,6%), a falta de iniciativa governamental (93,4%), a situação incerta de economia do País (93,3%), as medidas que o governo vem adotando (92,6%), a falta de liderança política (91,9%) e a própria falta de

caráter do brasileiro, que compactua com a corrupção (89,7%), agravam ainda mais esse clima negativo. A tal ponto que, na maioria dos casos (61,4%), as pessoas não acreditam em mais nada.

Como é o consumidor 87? "Se servir de consolo, é um consumidor mais amadurecido", diz Helena Quadrado, diretora de planejamento da McCann Erickson. Mas uma análise



um pouco detalhada revela um cidadão mais do que frustrado: "Hoje, o consumidor se sente traído pelas estruturas macroeconómicas", isto é, pelo governo, pelos empresários, pelos banqueiros. Enfim, aquele "fiscal do Sarney" que contava com respaldo para sua participação coletiva no desenrolar do processo econômico e que acreditava que esta era uma na-

ção viável, agora percebe que só pode contar consigo mesmo para resolver seus problemas e que as questões de âmbito nacional voltam (ou sempre foram) a ser decididas em esferas longe do seu alcance.

A McCann não tem uma pesquisa quantitativa sobre consumidores mas, segundo Helena, nos levantamentos mercadológicos feitos para seus diversos clientes pode-se perceber que depois de ter vivido a experiência de poder realizar seus sonhos com o Plano Cruzado, as pessoas vêem uma nova crise econômica de maneira talvez mais grave: "A ruptura entre o cidadão e as instituições, após um breve período de vinculação, se fez de um modo muito dramático", diz Helena. As pessoas não querem entrar na recessão, acrescenta Célia Lopes, gerente de pesquisa de mercado da McCann. "Mas elas percebem que agora não podem mais comprar, porque não as deixam comprar." É um sentimento dolorido, diz Célia, constatar que a força social não existe mais e que não há respaldo para atuar e participar em grupo. Fica a sensação de impotência do indivíduo.

Essa talvez seja a principal diferença entre a atual crise econômica e as vividas antes do Plano Cruzado. Os períodos recessivos apenas iam e vinham. Na época do chamado "milagre econômico", tudo foi feito pelas instituições macroeconómicas. Agora, porém, o cidadão experimentou seu potencial coletivo, investiu esforço e esperança numa solução que não se consumou: antes, desembocou numa crise pior, lembra Helena.

O resultado disso é revelado pelo *Listening Post*, da Standard: enquanto em abril de 1985 havia muita confiança no governo (72% dos

homens e 67% das mulheres) e nas grandes empresas (61% dos homens e 59% das mulheres), em abril deste ano o governo já não merecia nenhuma credibilidade (57% dos homens e 50% das mulheres) e as grandes empresas têm apenas um pouco da confiança do público (51% dos homens e 56% das mulheres). "O brasileiro tem de contar consigo próprio, porque não conta com mais ninguém", afirmaram 64,6% dos entrevistados. Curiosamente, destaca Roseli Azambuja, supervisora da pesquisa, as mulheres aparecem mais pessimistas que os homens. Há uma explicação: enquanto a maioria da mulher média brasileira está menos vinculada aos processos produtivos que os homens, ela sente o problema na ponta, isto é, no varejo. Por isso se torna mais descrente.

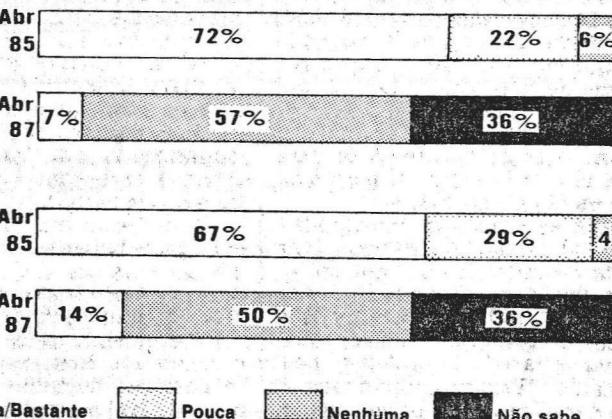
De fato, hoje, do ponto de vista das donas-de-casa, a inflação é o problema número 1 do País (52%). Mas em março do ano passado, com o advento do Plano Cruzado, a economia (que desde 1984 vinha ocupando o primeiro lugar no rol de preocupações) chegou a ceder espaço para os problemas sociais, e os problemas políticos, naquela época, nem apareciam no horizonte das donas-de-casa. Hoje, 82% das mulheres acreditam que o custo de vida vai subir muito nos próximos meses.

É o fim da linha? Para os entrevistados (65,2%), sim, se a atual política econômica for mantida. Mas as pessoas acreditam que existem caminhos para uma tentativa de recuperação: mais incentivo à agricultura (98,3%), criação de mais empregos (98%), corte dos gastos públicos (95,3%), redução ou tabelamento dos juros (94,6%), aumento real de salá-

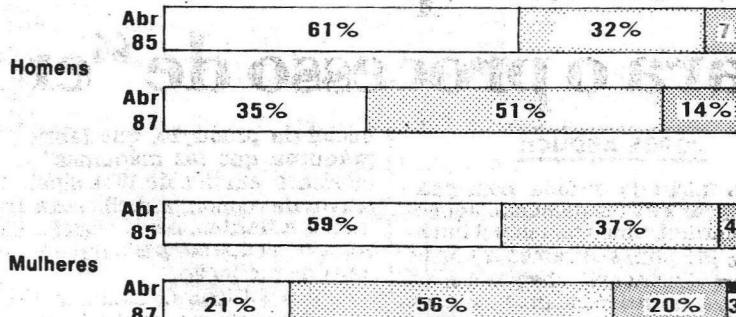
rios (91,2%), privatização das empresas estatais (81,1%) e maior incentivo à poupança (80,7%).

Mas "a maior felicidade", para o cidadão brasileiro, "seria alguma coisa como um Plano Cruzado rigoroso, que funcionasse mesmo" (80,8%). Isso é, alguma coisa que ressuscitasse

CONFIABILIDADE NO GOVERNO



CONFIABILIDADE NAS GRANDES EMPRESAS



sus esperanças. Como esse cidadão, traído, cético e derrotado, pode querer repetir a experiência? E que, "por incrível que pareça, ainda confio no Brasil" (73,2%). Para o cidadão, a máxima é irrevogável: "Brasileiro sempre tem esperança de melhorar" (93,5%).