

MIRIAN GUARACIABA

Economia. Brasil **Além da crise**

Há um mês não se fala em outra coisa no Brasil. A crise é assunto único, recorrente, repetitivo e, certamente, cansativo. Diariamente, os jornais batem na mesma tecla: o dólar subiu, o real sofreu maxidesvalorização, e haverá aumento do desemprego e queda do poder aquisitivo.

Tudo isso somado está transformando o Brasil num imenso muro de lamentações. Páginas e páginas de jornais e revistas e horas de programações especiais de rádio e televisão para debater a crise. Nas mesas de bar, em casa ou no trabalho, o mesmo tema.

Em horas de crise, a tendência (às vezes incontrolável) dos jornalistas é a de criar teses catastrofistas, carregadas de más notícias. Há exagero porque os editores receiam não informar bem a população: não se pode deixar no ar a impressão de que a crise é passageira.

Sabemos que não é. E é preciso informar com detalhes à opinião pública que os desdobramentos da crise são graves, que cada brasileiro terá que se adaptar à nova realidade. Mas é necessário dizer também que a vida continua. Diferente, sob contabilidade nova, mas segue.

Há crise, ninguém esconde. Mas há muitos outros assuntos que nos levam a ver o outro lado da moeda, a achar graça na vida. Infelizmente, a overdose de informações e previsões pessimistas levam necessariamente o leitor para um sentido único: o Brasil quebrou, não temos saída.

Não é bem assim. E não se trata de assumir o papel de Poliana — aquela que só enxerga o mundo azul e cor-de-rosa. E sim de raciocinar um pouco mais à frente, com um pouco menos de pessimismo: existe um futuro além da crise.

Ainda não há pesquisas de opinião — estão sendo providenciadas esta semana — para medir a paciência e a tolerância do leitor em relação ao noticiário sobre a crise. Nas conversas, entretanto, é possível sentir os reflexos da insistência com que o assunto vem sendo tratado pela imprensa de maneira geral.

Diz o diretor do Instituto Soma de Opinião e Mercado, Ricardo Penna: "A crise inundou o cotidiano das pessoas, elas só falam e pensam nisso, o que é extremamente desgastante".

Não que o leitor-ouvinte-teles-

pectador não queira tomar conhecimento dos fatos decorrentes da crise. Ao contrário. Todos — empregados, patrões, grandes e pequenos empresários — exigem dos jornais a boa informação, bem apurada, correta, redonda.

Mas o suficiente para se situar no país, conhecer os rumos da moeda, inteirar-se das questões políticas. Saber, por exemplo, que o presidente Fernando Henrique Cardoso marcou, desmarcou e poderá remarcar o compromisso que havia assumido com governadores, aliados e de partidos de oposição.

Eles querem discutir a real situação dos estados brasileiros. Com a crise, todos terão que dar sua contribuição. Pacotes e cortes. Assunto que interessa aos contribuintes. Certamente vão apresentar saídas, alternativa.

O Brasil tem futuro e a crise não será eterna. Quem acabou de assumir um novo mandato deve ter algo de bom a dizer aos brasileiros. No mínimo o seguinte: se Fernando Henrique e sua equipe levaram o país a mergulhar num buraco escuro, o poço tem fundo. Agora, é começar a escalada de volta.

BRASIL RAZOAVEL 09 FEVEREIRO 1990