

6 cor - Brant

Afirmações do governo e responsabilidade da imprensa

GAZETA MERCANTIL 30 JAN 1991

Ricardo de Oliveira*

A solução caseira para os problemas econômicos brasileiros acabou. Não bastou apenas, como preconizava a nossa ministra, gastar o que arrecadávamos, obter superávits fiscais seguidos, diminuir os índices inflacionários e provocar a recessão. Nem mesmo a guerra no golfo Pérsico, que eclodiu nas últimas semanas, poderá ser invocada para justificar os resultados atuais. Atribuir a inflação brasileira à guerra no Golfo, segundo atento observador, seria tão correto e inteligente quanto atribuir a guerra à inflação brasileira. Ademais, recessão, como quer o governo, não cria desenvolvimento, tampouco melhora a qualidade de vida. Envolvida com números cabalísticos e superávits duvidosos, a ministra naufragou no mar do monetarismo estéril e inconsequente. Teses que soariam melhor nas catedras universitárias.

Não se brinca com a face dura da fome e do desemprego.

É preciso ser responsável. A atual política provocou recessão, inflação, quebredeiras, concordatas, juros altos e uma forte onda de pessimismo que varre o País de Norte a Sul.

Administrar uma nação e, portanto, sua economia implica considerar inúmeras variáveis como, por exemplo, etnias, valores

sociais, crenças, costumes, convicções políticas, que não podem, de forma alguma, ser desprezadas. Somos uma nação que se pretende democrática e, portanto, pluripartidária. Isso requer habilidade e jogo de cintura. A intransigência não é boa conselheira. Afinal, o governo representa o povo e, portanto, suas aspirações. E quando essas aspirações de crescimento, melhor distribuição de renda e maior qualidade de vida não são oferecidas por seus representantes? Afinal, receberam delegação para isso.

A responsabilidade da imprensa neste momento, e em especial dos jornalistas econômicos, é grande. Importante é opinar, manter atitude crítica diante da postura olímpica do governo, que ao mesmo tempo que combate empresários arrocha salários. Pode com isso arrebentar a sociedade brasileira. Jornalismo econômico não se resume, creio eu, apenas a repetir índices econômicos, mas também a interpretar a realidade de forma crítica. A sociedade tem o direito de ser convenientemente informada sobre tudo o que diz respeito às decisões adotadas no âmbito dos gabinetes de Brasília e, ao mesmo tempo, participar da difusão de suas implicações e outras prováveis alternativas. Jornalistas não são papagaios. São homens e mulheres cumprindo o sagrado dever de informar, exercendo em sua plenitude a garantia constitucio-

nal da liberdade de informação.

O jornalismo econômico cresceu em todo o mundo. Tornou-se cada vez mais importante. Nos Estados Unidos, por exemplo, nos últimos cinco anos, o The Wall Street Journal desbancou um dos gigantes do jornalismo norte-americano, o The New York Times, ampliando sua tiragem e obrigando-o a lançar um suplemento econômico diário, o Business Day, e, além dele, a revista The Business World, que sai na edição dominical seis vezes por ano.

Já no Brasil, nos últimos dois anos, os principais jornais do País criaram cadernos econômicos ou de negócios, por uma ne-

cessidade do mercado. E, após o Plano Collor, quando inúmeras publicações tiveram que fechar as portas, literalmente, o único segmento que não se manteve intacto, mas apresentou grande crescimento, foi o das publicações econômicas: duas revistas, pelo menos de âmbito nacional, eminentemente econômicas, apresentaram resultados excelentes, o que comprova a nossa tese. Daí a importância dos comentários econômicos que permitem os meios de comunicação brasileiros. Com a palavra, portanto, o jornalismo econômico brasileiro.

* Jornalista e gerente da divisão de jornalismo da Manager Comunicação.