

Efeito Belíndia ?

J. Roberto Whitaker Penteadó

Pela internet recebo um artigo de Gustavo Gindre, coordenador executivo do Instituto de Estudos e Projetos em Comunicação e Cultura, propondo uma instigante relação entre as crises por que passam a nossa aviação civil e as empresas de comunicação.

"Nossa aviação civil," escreve, "é voltada para a nossa porção Belgica, que, depois da bolha do Plano Real, minguou significativamente e no mesmo passo em que crescia a nossa ndia. Os setores da economia que não foram capazes de traçar uma política inclusiva, descobriram, da pior forma, que a nossa Belgica não consegue mais gerar a escala necessária para sustentá-los".

O raciocínio de Gindre  de que a comunicao social eletrnica (TV, rádio e TV por assinatura) encontra-se em dificuldades financeiras por terem acreditado "no conto do vigário que ajudaram a criar (a paridade entre dólar e real) e contraíram dvidas vultosas na moeda norte-americana. Agora contam com a ao salvadora do Estado, para rever o equívoco de setores como TV por assinatura (especialmente) e Internet que jamais conseguiram ser inclusivas, ficando voltadas para, no máximo, os 10% mais ricos do país". Gindre termina propondo que o governo reveja a política de concessões de radiodifusão que possa "alterar radicalmente o cenário concentrador e medíocre da comunicao eletrnica no país" - o que não deixa de ser uma boa sugestão.

Mas juntando essas idéias ao fato de que cresceram muito as vendas de bens e serviços voltados para as classes de menor poder aquisitivo, poderíamos estar assistindo a um agravamento do modelo socialmente esquizofrnico, que o economista Edmar Bacha, uma vez, descreveu como síndrome de Belíndia. Nossa porão Belgica enfrenta as realidades - e as distâncias - da geopolítica brasileira e não da belga.

Para chegar a conclusões mais sólidas, seria necessário investigar o comportamento de outros segmentos de mercado de alto poder aquisitivo, que parecem não estar indo tão mal assim. E avaliar o "efeito Big Mac" nos dois setores em questão: tanto a aviao como a TV paga dependem diretamente de uma supervalorizao do câmbio do dólar em nosso país - que, desde a queda brusca do Real tem, aqui dentro, um poder de compra que é pelo menos o dobro do que adquire lá fora. Na Belgica, por exemplo.

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. Efeito Belíndia ? **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteadó**, Rio de Janeiro, fev. 2003. Disponível em <http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=405&ID=134>. Acesso em: 11 mar. 2010.