

ARTIGO

Sobre as cores que Não Falarei!



JORGE DAHER
Médico

O plano era escrever sobre o simbolismo das cores, assunto que ocupou a Filosofia e também o interesse de Goethe, que escreveu um ensaio interessante sobre o assunto. O céu colorido pela alvorada, no inverno quente de nossa terra, oferecem aquarela de inspiração e motivos para o tema que havia escolhido. Mais interessante inspiração, os olhos multicolor que conheci e me trouxe encantamento. Olhos que mudam de cor, fenômeno não usual, que me despertou encantamento poético maior que curiosidade médica.

A terça-feira roubou meu tema, as cores que vi no jornal diário não foram a da alvorada que me desperta diariamente, ou dos lindos olhos que acenam com luz para minha inspiração. Revi cenas de chama, um carro em explosão _ sábado, Escócia, carro-bomba. Cenas usuais em nosso início de século. Os passageiros do carro-bomba me trouxeram o espanto, roubaram meu tema original, dominaram minha compulsão de escrever.

Não consegui ver mais que dois episódios da sensacional série televisiva 24 Horas, não sei o motivo além da minha natural inquietação que me permite sentar fora do trabalho diário apenas para ler, estudar, escrever e ver jogos do Flamengo

(nos últimos anos, uma atividade quase mórbida). Em um desses episódios da série americana, o agente Jack Bauer desmembra a ação terrorista que é capitaneada por um médico vinculado a grupos terroristas.

A capacidade do roteirista e criador da série de ler o momento atual é incrível, e quem consegue ler o nosso momento, prevê acontecimentos futuros com quase precisão. É exatamente isso que fazem as inteligências das grandes polícias, desde FBI, Scotland Yard e nossa Federal. A capacidade de ler, prever, norteia a atuação dos agentes, que devotam tempo maior ao planejamento da atuação que às evidências que ocorrerão, tal a certeza do fato.

A previsibilidade lógica e certa é um tema interessante porque percebemos que hoje, mais que nunca, nossa sociedade é composta por seres mecanizados que atuam segundo um roteiro já escrito. É como se as peças caíssem no tabuleiro e instintivamente comessem a mexer, jogando sem qualquer consciência.

O motivo do espanto foi o ataque terrorista realizado por médicos. O juramento de Hipócrates é repetido por todos os médicos, no mundo inteiro, quando recebem o diploma tão esperado. A promessa de exercer a Arte de Curar sem interesse outro, senão em aliviar o sofrimento, contrasta com o fato de usar o próprio corpo para agredir e roubar vidas.

Lendo os depoimentos dos colegas de trabalho e familiares desses profissionais que se tornaram terroristas, nada indicaria que logo eles pudessem ser os agentes dos atentados. A conduta profissional exem-

plar, a própria conduta no lar já não induzem ao conhecimento do outro em nossos dias.

Rollo May, o brilhante psicólogo americano, caracterizou a sociedade da década de cinquenta como de homens vazios, preenchedos senão pela angústia existencial que aparece apenas no ocaso da vida, porque os dias de vigor são compostos pela obediência em servir ao modelo onde se comportam como marionetes. A sociedade da década de cinquenta criou filhos igualmente vazios, e os filhos desses filhos não são diferentes. A percepção aguda do fato é o caminho da mudança.

Pete Townshend, genial líder da banda inglesa The Who anuncia a mudança necessária ao cantar que o êxodo começa aqui, saindo de dentro de si, alcançando o mundo e o transformando, repetindo no refrão o coro da sociedade vazia, é apenas uma juventude perdida.

A família Asha é orgulhosa de seus filhos, um casal de médico e farmacologista, que trabalhavam na Inglaterra. O orgulho do pai é apenas aparente nos dias de hoje, sabe que quem moldou seu filho foi o líder terrorista, que encantou o vazio que o prometia com a explosão de tudo, até de si mesmo.

Os olhos multicolor certamente marejam com a violência daqueles que, vazios, esvaziam de muitos a esperança no homem. Antevejo a saída, o homem capaz de perceber que o momento é o êxodo em busca da Terra Prometida. Ligo o player, me encanto com The Who, ao menos garanto que meus ouvidos estarão ocupados para os encantos de um líder terrorista!

ARTIGO

Novas tendências do público prejudicam jornais

A Associação de Jornais dos Estados Unidos (NAA - Newspaper Association of America) divulgou novos números que mostram a queda de investimentos em publicidade na mídia impressa. No primeiro trimestre deste ano, a receita de anúncios nos jornais norte-americanos foi 6,4% menor do que em igual período de 2006. Embora a publicidade online continue aumentando, o valor relativo não é suficiente para superar as perdas das edições em papel: somados, os resultados da publicidade impressa e online caíram 4,8% no primeiro trimestre deste ano no mercado norte-americano em relação ao mesmo período de 2006. Três empresas internacionais de pesquisa, Júpiter, IDC e PriceWaterhouseCoopers, prevêem que os anúncios na internet continuarão crescendo até superar os demais meios, mas há um histórico de estudos indicando que a convergência cada vez maior tende a favorecer o rádio e a televisão, mais apropriados para a migração para aparelhos móveis.

Pressionados pela perspectiva desfavorável, centenas de jornais dos Estados Unidos haviam lançado em abril uma campanha conjunta, oferecendo aos anunciantes uma plataforma múltipla que vai do jornal impresso a conteúdo

para telefones celulares. A campanha, intitulada "Jornal, o multi-meio", não apresentou grande impacto na receita dos diários, o que pode indicar que o remédio foi tardiamente ministrado. Análises recentes das tendências de migração das receitas no amplo e complexo mundo das comunicações revelam que a atenção do público se transferiu gradualmente dos conteúdos noticiosos para as áreas de busca, e destas se movimentam mais recentemente para os serviços de vídeo.

Descer do pedestal Um estudo específico do IDC - Internet Data Center, ou Centro de Dados de Internet - agitou recentemente o mundo dos analistas de mídia ao afirmar que a publicidade em áreas de pesquisa, principal fonte de renda de empresas como o Google, vai perder participação no bolo publicitário online, de 40%, em 2006, para 32% em 2011. Claramente, segundo a análise do IDC, o público, que migra rapidamente dos meios fixos para os meios interativos, tende também a valorizar os conteúdos mais dinâmicos. Com o rápido desenvolvimento de tecnologias que levam vídeos com alta qualidade até os celulares, iPods e aparelhos semelhantes, a massa de maior interesse para os anunciantes se afasta ainda mais do

formato jornal.

Afinal, o que houve nestes treze anos, desde que a internet explodiu o velho mundo das mídias de mão única? Os estudos sobre perdas de receita dos jornais coincidem com um movimento estratégico da migração na direção oposta à que tem sido constatada pela população mais jovem. Ao optar por formatos estáticos em seus sites, repetindo o formato linear do papel na primeira idade da internet, a imensa maioria dos jornais, mesmo nos Estados Unidos, apostou numa atitude conservadora do público, acreditando que bastava a reputação de suas marcas para preservar a audiência.

Como se sabe, e já se sabia há mais de uma década, o meio mais dinâmico produz, como efeito colateral, uma obsolescência mais rápida das marcas, ao mesmo tempo em que também faz brotar e crescer quase instantaneamente novos ícones. Os jornais, com seus títulos, logotipos e conceitos estritamente vinculados à invenção do alemão Johannes Gensfleisch zur Laden zum Gutenberg, demoraram a descer de seu pedestal. Quando seus estrategistas resolvem se render à nova realidade, o chão parece ter mudado de lugar.

Luciano Martins Costa
Jornalista

ARTIGO

A fascinante história da meta única porém múltipla

Será que o melhor remédio, gargalhar será overdose? Alguém deveria entrevistar um especialista no assunto. As seções de Saúde complementariam as de Política e Economia, depois de uma semana com o discurso do senador Joaquim Roriz e as entrevistas sobre a reunião do Conselho Monetário Nacional (CMN). Os leitores poderiam votar, nos sites com pesquisa de opinião, para eleger o evento mais cômico e a explicação mais atrapalhada. A escolha entre a bezerra do senador e a meta de inflação para 2009 pode parecer difícil, mas segunda leva uma vantagem. Para avacalhar a história da bezerra a imprensa recorreu a testemunhos e a recibos. A explicação da meta foi auto-avacalhante.

O noticiário dos jornais deu toda a informação necessária para o leitor perceber o tamanho da trapalhada. Colunistas e editorialistas só tiveram de realçar, com algumas pinceladas, a confusão armada pelo governo. Reporteres mais caridosos tentaram ainda mostrar alguma racionalidade na história. A decisão do CMN, segundo a versão mais amigável, deu novo sentido à política monetária, atribuindo maior importância ao intervalo do que ao centro da meta.

Segundo essa interpretação, o Banco Central ficaria mais livre para buscar uma inflação em qualquer ponto entre 2,5% e 6,5%, sem ter de mirar necessariamente no meio do alvo - 4,5%. A liberdade seria usada, naturalmente, para a autoridade trabalhar por um resultado abaixo do centro.

Essa explicação foi alimentada por autoridade monetária e pode ter algum vínculo com a verdade, mas não corresponde, oficialmente, à decisão do CMN. A história da trapalhada é tão evidente quanto simples. O ministro do Planejamento, Paulo Bernardo, havia proposto publicamente a meta de 4% para 2009. O ministro da Fazenda, Guido Mantega, havia defendido, também publicamente, 4,5% - nú-

mero já escolhido para 2007 e 2008. Em seguida, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva declarou-se favorável, numa entrevista ao Valor, à manutenção dos 4,5%. Estava armado o circo.

Tudo bem, mas...

A opinião do presidente do Banco Central, terceiro membro do CMN, não era nenhum mistério. Normalmente, votaria na meta mais ambiciosa, porque as projeções, tanto oficiais quanto do mercado financeiro, apontam para uma inflação em torno de 3,5% neste ano e de 4%, no próximo. Para que desperdiçar essa expectativa favorável se os mesmos conjuntos de projeções indicam juros em queda?

Mas o presidente da República havia falado. Pôr o assunto em votação no CMN seria criar um caso com o chefe. Mas o ministro Guido Mantega deve ter percebido, afinal, a armadilha criada por ele mesmo e pelo presidente. Não se podia escolher menos que 4,5%, mas também seria uma bobagem olímpica anunciar ao mundo o afrouxamento do combate à inflação. Isso não tem relação com ortodoxia ou heterodoxia, e desta vez a imprensa não perdeu tempo com essa conversa.

O ministro do Planejamento foi claro na entrevista depois da reunião - tanto quanto seria possível sem violar a disciplina funcional. Apresentou exatamente o raciocínio sobre as projeções, sobre o andamento da política antiinflacionária e sobre as expectativas. Quem se enrolou foi o ministro da Fazenda, tentando juntar cacos desconexos.

Como ninguém se convenceu, ele continuou tentando. Suas entrevistas publicadas no domingo (1/7), no Estado de S. Paulo e na Folha de S. Paulo, apenas confirmaram a confusão exibida na terça-feira (26/6) depois da reunião do CMN.

"Quando a inflação está abaixo do centro da meta, o BC não tem de levar a inflação para 4,5%. Este é o equívoco de alguns. O centro da meta é um parâmetro." Mas qual deve

ser a mira do BC e que diabo é esse parâmetro? "Ele [o Banco Central] tem de mirar em 4,5% (...) Ele tem de colocar 4,5% no modelo dele. Isso permite que continue reduzindo a taxa de juro." Estas são algumas das palavras ditas por Mantega ao Estado. Tudo bem, exceto por alguns detalhes: 1) que significa "mirar"? 2) se os 4,5% vão para o tal modelo, e se isso orienta a política de juros, para que servem o modelo e a política de juros? Nenhuma outra frase do ministro esclarece esses pontos.

Graças aos céus

As declarações à Folha não foram mais lógicas. "Essa meta (4,5%) evita que o Banco Central suba os juros, no caso de um pequeno aumento pontual da inflação, e interrompa o ciclo de crescimento. A meta que nós estabelecemos garante juros menores." Garante por quê? Porque o governo está disposto a aceitar 4,5% e, portanto, é essa a mensagem enviada ao setor privado? Talvez o ministro da Fazenda considere estrábico o pessoal do Conselho de Política Monetária (Copom). Isso explicaria a história de mirar num ponto para acertar noutra. Além do mais, não se pode acusar o pessoal do BC de ter elevado os juros por causa de um "aumento pontual" da inflação.

Casos como esse justificam a publicação de entrevistas pingue-pongue, porque vale a pena reproduzir, em vez de resumir, as palavras do entrevistado. O pingue-pongue é em geral uma chatice e um desperdício de espaço. Segundo alguns, é também uma demonstração de preguiça, pois dispensa o redator de condensar num texto decente as declarações do entrevistado. Também isso é uma questão de bom senso.

Quando uma autoridade, como o ministro Guido Mantega, se dispõe a justificar o injustificável, o repórter e o editor só podem agradecer aos céus por mais essa história divertida - e aproveitar muito bem a preciosa matéria-prima.

Rolf Kuntz
Jornalista

Críticas,
Sugestões,
Opiniões

Participe do nosso jornal

3099-6100/3099-6114

JORNAL DO ESTADO DE GOIÁS

- Organização Independente de Comunicação Ltda

- Administração, Redação, Edição
Rua Conde Afonso Celso, nº 515
Setor Central
Fone: 3099-6100/3099-6114

- Impressão:
WAN Comunicação

Diretor-superintendente: Marcos de Carvalho Vieira
(marcosvieira77@yahoo.com)

Editor chefe: Flavio Mobaroli (flaviojornalista@hotmail.com)

Editor de Arte: Normando Pereira Barros (npbarros@hotmail.com)

Repórter fotográfico: Ismael Vieira (ismaelvieira@hotmail.com)

Gerente de projetos: Cecília Rodrigues (cecilia.comercial@gmail.com)