

OPINIÃO

CRÔNICAS E ARTIGOS

Não se deve subir os juros



Raul Velloso
consultor
econômico

As previsões atuais dos mercados financeiros apontam para um crescimento do PIB de 3,5% em 2021 e 2,5% em 2022, e que a inflação suba para 3,4% nos próximos dois anos. Estima-se, assim, que a taxa de juros Selic feche 2021 em 3% ao ano e cresça para 4,5% no ano seguinte. Dá para aceitar isso?

Um ponto importante para indagar é se o auxílio emergencial para os menos favorecidos, cuja duração e valor mensal ainda se discutem, será efetivamente aprovado. Diante da pandemia, foram gastos no ano passado R\$ 322 bilhões com esse programa, tendo, assim, ocorrido forte injeção de recursos na combatida Economia tupiniquim. Os burocratas do Ministério da Economia estão resistindo, mas dado que a pandemia ainda está aí firme e forte, não vejo como o governo e o Congresso não aprovarem sua prorrogação.

Outro ponto é que não devemos nos encantar com os 3,5% de crescimento que se preveem para este ano, pois, mesmo que se materializem, são de certa forma ilusórios. Na verdade, o que se faz é comparar valores médios de um determinado ano contra valores médios do ano precedente.

Assim, como a trajetória da Economia assumiu a forma de um “V” no ano passado, no confronto dos dados do PIB de 2021 com os de 2020, mesmo que o nível de atividade continue ao longo de 2021 igual ao da ponta à direita do “V”, se houver algum crescimento (como os 3,5% que estão sendo projetados ante queda expressiva em 2020), ele refletirá apenas uma espécie de “efeito-carregamento”, devido à base de comparação ter ficado atipicamente deprimida.

O desejável é que o PIB cresça mais de 3,5%, pois só assim teremos um crescimento efetivamente acontecendo no ano corrente. Rezemos para que o auxílio emergencial venha, e a vacinação aconteça o mais rápido, pois só assim os empregos crescerão.

Será preciso verificar com atenção a



ARTE PAULO MÁRCIO

“Um ponto importante para indagar é se a prorrogação do auxílio emergencial será efetivamente aprovado”

proposta de PEC que surgirá nos próximos dias, pois se o governo carregar o dedo na exigência de contrapartida de ajuste (algo com que eu pessoalmente não concordo, por achar que não faz sentido exigir qualquer contrapartida de ajuste quando se tem uma pandemia da dimensão da atual), pode dificultar ou atrasar a tramitação do auxílio, o que precisará ser levado em conta pelo impacto desfavorável que ocorrerá sobre a demanda agregada e, portanto, sobre o PIB.

Quanto à Selic, não consigo entender por que os mercados estão pressionando para ela voltar a subir, pois não vejo por que esperar aceleração

relevante da taxa de inflação com uma Economia tão desaquecida e com a taxa de câmbio com oscilações já não tão fortes. Fazer isso só vai acentuar a desaceleração da Economia, a exemplo do que vinha ocorrendo nos anos anteriores aos de Bolsonaro.

Olhar agora para um período mais longo à frente é bastante complicado, pois são muitas incertezas diante do mundo todo, na presença, no Brasil, de uma visão a meu ver equivocada sobre a questão macroeconômica, seja de parte dos mercados financeiros, seja de parte do ministro da Economia, que, pelas confusões criadas, poderá nem sobreviver no cargo.

Informação a um clique de distância



Noelma Faria
advogada e
ouvidora da
Fundação Ceperj

O acesso à informação é um grande instrumento de poder à disposição do povo. Em tempos de pandemia, é necessário ressaltar que todo e qualquer cidadão pode solicitar, através da internet, informações públicas. Felizmente, não é preciso se expor aos perigos da covid nas ruas, nem ao desconforto causado pelas máscaras em pleno verão para exercer este direito.

Com alguns cliques, por exemplo, a plataforma E-sic oferece ao cidadão a possibilidade de requerer dados, documentos e todo tipo de informação pública. Já o Fala.br, que é uma plataforma integrada de ouvidoria e acesso à informação possibilita que sejam enviadas sugestões, reclamações, elogios e até mesmo denúncias.

A Constituição Brasileira de 1988, considerada uma das melhores do mundo, diz expressamente em seu Artigo 5º, inciso XXXIII, que “todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabili-

“Apesar de direito constitucional fundamental, poucos são os que realmente usam o direito à informação em sua plenitude”

dade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado”.

Caso o órgão ou entidade pública não possa conceder ao cidadão o acesso imediato à informação, há um prazo de 20 dias para que ele o faça. O período pode ser prorrogado por mais dez dias mediante uma justificativa expressa.

Apesar de ser um direito constitucional fundamental, poucos são os cidadãos que realmente se utilizam do direito à informação em sua plenitude. No entanto, é preciso ressaltar que este é um dos aparatos mais poderosos para que o povo exerça seu direito à cidadania sobre as atividades da Administração Pública.

Como advogada e ouvidora da Fundação Ceperj, minha missão atualmente é não somente atender àqueles que me procuram, mas também contribuir com o desenvolvimento de uma cultura de interesse no acesso à informação.

A Lei 12527/11 - mais conhecida como LAI, ou como Lei Acesso à Informação - e outros aparatos que trabalham no mesmo sentido - precisam ser disseminados e, principalmente, assimilados por todos. Desta forma, espero dar minha contribuição para que todos os cidadãos tenham uma vida mais digna e que consigam, através da informação, exercer outros direitos fundamentais, como Saúde, Educação, moradia, entre outros.

Cultura do Cancelamento afeta as marcas



Leandro Vargues
dir. Marketing
Digital na
Agência A+

Os últimos acontecimentos na 21ª edição do Big Brother Brasil, o reality show mais famoso do país na atualidade, tem trazido à tona um debate importante: a cultura do cancelamento. Isso porque, logo na primeira semana, o público já dividiu os participantes em dois grupos: os ‘canceladores’ – aqueles que apontavam o dedo para julgar as atitudes dos demais colegas de confinamento – e os ‘cancelados’, o grupo que recebia o julgamento do restante.

Mas, engana-se quem pensa que esse debate está restrito somente às páginas de fofoca e aos usuários

da internet. A Cultura do Cancelamento pode trazer prejuízos reais para as marcas também, já que o público tem se mostrado cada vez menos paciente para erros ou posicionamentos ultrapassados. E as empresas não escapam desse olhar apurado!

Apesar de difundida nas redes sociais, a Cultura do Cancelamento não é defendida por grande parte das pessoas. De acordo com uma pesquisa do site UOL, 79% dos entrevistados se dizem contrários, enquanto 11% são a favor. Já outros 10% dos participantes da pesquisa responderam que não são favoráveis ao cancelamento, mas entendem que é uma postura ‘merecida’ quando os erros são difíceis de defender.

Apesar do grande percentual dos que são contrários ao cancelamento, a internet é dominada por um gati-

“Engana-se quem pensa que esse debate está restrito somente às páginas de fofoca e aos usuários da internet”

lho mental que existe mesmo antes da criação dos computadores: o efeito manada. Grande parte das pessoas reproduz comportamentos que observam na massa, sem questionar ou hesitar. No contexto das redes sociais, é através desse gatilho que o cancelamento acontece.

Por isso, é tempo de refletir – e ter atitudes práticas – para evitar crises na sua marca. Primeiramente, é preciso entender que, para ser cancelado, é preciso antes ser exposto. Dessa forma, analise a forma como a sua empresa tem se posicionado nas mídias. E não esqueça de ficar atento às temáticas atuais, para entender como é preciso adotar posturas responsáveis.

Afinal, as marcas estão cada vez mais sendo vistas como pessoas. E as pessoas, cada vez mais entendidas como marcas.

O DIA DISQUE REDAÇÃO: 2222-8069 E 98921-1888 **ASSINATURA E ATENDIMENTO AO LEITOR:** 2222-8600/2222-8650/2222-8651

EDITOR-CHEFE
Aloy Juplira

EDITOR-EXECUTIVO
Bruno Ferreira

DEPARTAMENTOS:
Agência O DIA: E-mail: agencia@odia.com.br. Venda de fotos e textos: 2222-8021, 2222-8560 e 2222-8265
Fax Diretoria: 2507-1038

Parque Gráfico: 3891-6000, Av. Dom Hélder Câmara, 164 Benfica. **Gerência Industrial:** 3891-6002. **Gerência de Circulação e Logística:** 3891-6005
Preço de venda em banca: RJ, MG, SP e ES: R\$ 1,50 (dias úteis) e R\$ 3 (domingos). Distrito Federal: R\$ 3,60 (dias úteis) R\$ 4,40 (domingos). Demais estados: R\$ 4,20 (dias úteis) R\$ 5,10 (domingos)

Exemplares atrasados: Capital: Preço de capa - Demais localidades: preço de capa + postagem. Mais informações: Tels: (21) 2222-8086/2222-8136 - Central de Promoções - Av. Dom Hélder Câmara 164 Benfica, (Parque Gráfico O DIA) - das 9h às 17h.

São Paulo: Avenida Irajá 300 - Sala 306 - Indianópolis. CEP: 04082-000. Tels: 11 94704-2393 / 11 99623-7645 / 11 99973-8313

Brasília: Tel: (61) 9920-91891.

Promoções: promocoess@odia.com.br

Classificados: Tel: 2532-5000 / WhatsApp: 98762-8279 - De 2ª a 5ª das 9 às 18h e 6ª das 9 às 19h. Todos os cadernos de classificados somente circulam na cidade do Rio e no Grande Rio.

Anúncios de Noticiário: 2222-8191 / 2222-8631 / 2222-8388. Anúncios para o Interior: 2222-8279 - Negociações com agência: 2222-8388 Outros estados: 2222-8279 - De 2ª a 6ª, das 10h às 18h. Atendimento ao Jornaleiro: 3891-6012 - De 2ª a 6ª, das 8h às 12h30 e das 13h30 às 17h.

Editora O DIA LTDA. Av. Dom Hélder Câmara, 164 Benfica - Rio de Janeiro - RJ.

ODIA é filiado ao Instituto Verificador de Circulação (IVC).