

VAMOS NOS CONECTAR

Estamos vivendo na era da globalização. Viajar se tornou uma necessidade para o desenvolvimento do ser humano moderno e dos negócios, sendo o transporte rápido um fator de sucesso.

A mera existência de um aeroporto moderno na capital de um Estado não é garantia de uma boa conectividade. As companhias aéreas só iniciam voos quando estimam vender no mínimo 70% a 80% dos assentos. Por isso, cidades maiores têm aeroportos maiores: a probabilidade de vender assentos é grande.

O Rio Grande do Sul tem potencial para aumentar a sua conectividade à medida que o cenário econômico e o conceito de transporte multimodal são aprimorados. Com o desenvolvimento das vias públicas e da rede ferroviária, uma quantidade maior de passageiros e carga terá menos tempo para viajar a Porto

Alegre e, conseqüentemente, a demanda aérea crescerá, o que atrairá mais companhias aéreas para ofertar novos destinos.

Viajar se tornou uma necessidade para o desenvolvimento do ser humano moderno e dos negócios

Por outro lado, se o número de potenciais viajantes estiver fragmentado em diversos aeroportos regionais, não serão oferecidos voos adicionais a partir da Capital ou eles serão até reduzidos, uma vez que a quantidade mínima de passageiros para viabilizar um voo estará dividida em vários aeroportos.

O único cenário racional, por-

ANDREEA PAL
CEO da Fraport Brasil



tanto, é investir na conectividade do Estado com a Capital por estradas, trens e via aérea regional integrados a Porto Alegre. A janela de oportunidade é agora e, com as próximas concessões de aeroportos em outros Estados, ela pode fechar para o Rio Grande do Sul.

A Fraport criou a infraestrutura para apoiar o crescimento de passageiros e, com a extensão da pista, o aeroporto estará pronto para receber aviões de grande porte, voando para destinos remotos. Mas é necessário um esforço conjunto da comunidade empresarial e do Estado para criar segurança social e conectividade multimodal, que são garantias para o desenvolvimento sustentável.

A Fraport está em Porto Alegre para ficar e fazer do nosso aeroporto gaúcho uma porta entre o Brasil e o mundo. Vamos continuar trabalhando juntos!

QUANDO O PECADO CONVÉM

PEDRO DUTRA FONSECA
Professor titular do Departamento de Economia e Relações Internacionais da UFRGS
pedro.fonseca@ufrgs.br



É difícil sintetizar a economia brasileira em 2019: com avanços e recuos, nada emocionou ou surpreendeu. Frustrações permanecem. A mais preocupante é o baixo crescimento. O ano começou com previsão de 2% a 2,5% para o PIB e finda com metade disso (1,2%). Propalou-se que, afastadas a heterodoxia de Dilma e a fragilidade de Temer e seus ministros denunciados por improbidade, os investimentos seriam retomados. Não foram, nem mesmo com a flexibilização das leis trabalhistas e com teto para os gastos. O novo governo teve o bônus do primeiro ano e da simpatia do empresariado com a área econômica. Mas o PIB, no terceiro semestre, que já poderia mostrar resultados, cresceu apenas 0,6%. E há 13,4 milhões de pessoas que entram em 2020 desempregadas. O setor exportador foi e será prejudicado por repetir-se o equívoco dos governos anteriores: a ideologização. Só que mais radical e errática, com picuinhas desnecessárias com China, árabes, Argentina e europeus – nossos principais parceiros. Como num dia propor moeda única para o Mercosul e no outro romper com ele? E fechar acordo com a União Europeia – uma conquista – e logo

após ofender seus principais líderes? Política externa requer equilíbrio e conservação, não comporta vai e vem. Felizmente há setores no governo que trabalharam para reverter prejuízos – mas os desgastes não são deletados.

O maior ponto positivo de 2019 é a queda da taxa de juros. Sempre defendi no Em Dia que havia folga para isso, e menos como indução ao crescimento e mais por seu impacto no déficit público. Cada ponto percentual a menos representa bilhões de abatimento no déficit, medida bem mais social do que cortar empregos e salários. Juros altos dificultam o consumo e os investimentos, arrefecem o crescimento, mas daí não se segue que juros baixos os estimulem sem que haja intervenção de outras variáveis, como confiança com relação ao futuro e demanda. A equipe econômica vem aprendendo que belas palavras não asseguram resultados. Mantém o discurso austero ao gosto da plateia, mas, sem alardes, lança medidas próximas ao pragmatismo keynesiano de estímulo à demanda. Expectativas melhoram com os juros mais baixos e teto no cheque especial, oferta de crédito pela Caixa, regras mais frouxas para liberar FGTS, uso de parte dos leilões do Pré-Sal para estimular gastos e 13º para o Bolsa-Família.

Tudo isso é heresia na “Escola de Chicago” de Paulo Guedes. Mas há algo chamado sobrevivência, regra de ouro para os políticos. A ortodoxia econômica é eficaz para pôr contas em dia, mas péssima conselheira em eleições. Macri não perdeu por deixar as reformas incompletas – como se ouve – mas pelas que fez, sem compensar os perdedores. E quase reverteu a derrota nos últimos dias, quando admitiu que havia uma Argentina à margem das “conquistas”. Em novembro, o real desvalorizou-se 5,25% frente ao dólar e o peso argentino apenas 0,43%. Aqui se aprovou a reforma previdenciária, lá a volta do peronismo. O mercado surpreende e, às vezes, quer apenas... mercado.

A equipe econômica vem aprendendo que belas palavras não asseguram resultados

PUBLICIDADE NA PAISAGEM URBANA

THIAGO RIBEIRO

Secretário municipal de Parcerias Estratégicas
thiagob.ribeiro@portoalegre.rs.gov.br



O novo projeto de lei para a regulação da publicidade na paisagem urbana de Porto Alegre alinha-se ao conceito de gestão pública eficiente, que pressupõe o enxugamento da máquina pública e a aprovação de marcos regulatórios que deem segurança institucional e jurídica aos parceiros privados. Buscar restringir a atuação estatal apenas ao estritamente necessário não significa se abster da responsabilidade de regular o mercado em busca do interesse público, com uma cidade mais organizada e atrativa a investimentos.

Entre os vários caminhos para se defender a nova legislação, atendo-me à lógica econômica e do interesse público. Quanto mais faces publicitárias na cidade, menor o valor de cada face, que terá de competir com as demais para atrair a atenção de seu público-alvo. Uma cidade visualmente poluída não é atrativa ao mercado publicitário:

a desregulamentação excessiva afugenta investidores, porque o retorno de suas peças publicitárias é muito reduzido.

Uma cidade visualmente poluída não é atrativa ao mercado publicitário

Esse efeito negativo torna-se mais indesejável pois a exploração das faces publicitárias tem o potencial de trazer investimentos de milhões de reais para Porto Alegre. O interesse dos parceiros nas concessões de mobiliário urbano – relógios eletrônicos, placas de rua, abrigos de ônibus – baseia-se nas receitas advindas do aproveitamento publicitário desses equipamentos. Não é por outro motivo que a recente lici-

tação dos novos relógios de rua irá gerar mais de R\$ 80 milhões aos cofres municipais, que poderão ser aplicados em outras áreas. Sem uma nova legislação que ordene a publicidade dentro da cidade, esse exemplo pode se tornar o único em vez de um abre-alas para parcerias futuras.

A nova legislação não impede a colocação de peças publicitárias na cidade, mas estabelece critérios objetivos de regulação. Em 1986, Barcelona foi pioneira, promovendo um ordenamento da paisagem urbana que se transformou num dos fatores que permitiram à cidade tornar-se um dos principais centros europeus da atualidade.

É o que queremos para Porto Alegre: uma cidade alinhada aos melhores padrões de gestão, criando incentivos para que a iniciativa privada participe e entregue, em parceria com o município, os melhores serviços aos cidadãos.