

Os riscos da hiperinflação

8861 JNC LZ

Abram Szajman

JORNAL DE BRASÍLIA

«Se der zero é vitória».

A frase não se refere a nenhum campeonato em que um dos concorrentes depende de empate do outro para se sagrar campeão. Trata-se apenas do parâmetro que atualmente rege a economia brasileira em geral e o setor do comércio, em particular. Isto é, se o resultado do ano fiscal der crescimento zero será saudado como retumbante vitória. Mas a mudez das máquinas de calcular, com os seus visores de cristal líquido, apontam em outra direção e o mais provável é que vai de zero a menos três, com maior possibilidade para este último escore.

Nada espantoso, se fizermos um retrospecto da evolução do comércio varejista, principalmente na área metropolitana de São Paulo, responsável por razoável percentual das vendas em todo o Brasil. As vendas reais no primeiro semestre do ano tiveram uma queda de 6% em relação ao mesmo período do ano anterior, o que significa uma redução de 24%, comparados com os primeiros seis meses de 1986, os mais eufóricos do Plano Cruzado. Esta lembrança dos tempos do cruzado não tem valor estatístico, senão o sentido de uma autêntica hora da saudade. Mas se tomarmos como referencial, por exemplo, os primeiros semestres do período 82/84, caracterizados como recessivos pela recente história econômica brasileira, o que aconteceu em 1988 não é nada lisonjeiro. Ao contrário: registrou-se uma queda de 8% nominais, pois não se conta sequer o crescimento populacional verificado no período, da ordem de quase 3% ao ano.

Esta dança de números e percentuais torna-se ainda mais preocupante na medida em que a redu-

ção ocorreu no consumo de bens não duráveis, adquiridos geralmente em supermercados, os tais produtos «essenciais». Também as vendas de bens duráveis caíram a níveis abissais, os piores desde 1980.

Diante dos antecedentes do setor, que razões teríamos para alguma esperança de melhora neste segundo semestre? Nenhuma. Ao contrário.

Quem quer que se postasse como testemunha nas lojas do Rio e de São Paulo verificaria que os consumidores, hoje em dia, não discutem mais a qualidade e o fabricante de determinado produto. Mas sim preço e forma de pagamento, geralmente com desconto à vista, supostas vantagens com as três ou quatro vezes sem juros ou cheque pré-datados. Para tirar alguma vantagem desta verdadeira ciranda financeira, o consumidor faz contas, pensa no dinheiro da poupança, no hollerith da quinzena e na contagem dos dias que faltam para vencer o cartão de crédito.

E que, no ano passado, o salário apresentou uma queda real de 28% em relação à inflação e para este ano a previsão supera os 10%. Paradoxalmente, é justamente devido ao baixo nível de renda e de demanda que o processo inflacionário ainda não se descontrolou completamente, pois não está permitindo o repasse integral dos reajustes para os preços finais, principalmente nos setores competitivos do varejo.

O que ocorre é que o comércio trabalha com estoques mínimos, geralmente remanescentes de aquisições feitas há mais tempo e que vêm sendo liquidados de acordo com as necessidades de capital de giro dos empresários do setor. É evidente que, a partir do momento

da reposição destes estoques e já com os novos custos industriais incorporados, os preços deverão chegar às alturas. A expectativa do setor está mais uma vez depositada no bom desempenho da agricultura, com as grandes safras e as boas vendas de grãos no mercado externo, pois as principais regiões produtoras respondem por cerca de 30% do consumo total do País.

Não se sabe, no entanto, quanto tempo poderá durar esta compensação, que ao cobrir a cabeça descobre os pés. O que se tem certeza é que não há coerência na política econômica, porque não há uma política econômica. Até há pouco tempo, o Governo confiava mais na estabilidade das altas taxas inflacionárias e menos na necessidade de reduzir estas taxas, como que empurrando toda a Nação para uma espécie de conformismo fatalista. Como grande interveniente em todos os setores da vida nacional, o Governo tem o poder de gerar atos e fatos e a capacidade de mudar de assunto com facilidade. Isso vinha ocorrendo até há alguns dias. Eis que, a verdade de uma inflação de mais de 20% já prometida para julho, fê-lo despertar da letargia.

Aí, percebeu que, além da responsabilidade, era dele também uma boa dose de culpa. Mas poderia ser tarde demais.

Como lição de casa, os brasileiros não carregam apenas as contas a pagar, mas o tempo em anos que as próximas gerações levarão para recuperar o que foi posto a perder em tão pouco tempo.

□ Abram Szajman é presidente da Federação do Comércio de São Paulo