

# Da arte de ser simples

MOACIR WERNECK DE CASTRO \*

**P**ara começo de conversa é preciso dizer, a bem da verdade, que os luminares da área econômica do governo têm feito um suado esforço para descer das altitudes do economês e conseguir comunicar-se com o brasileiro da planície. Isso é claro, por exemplo, na mudança de visual do ministro Pedro Malan, que deixou de lado a sua peculiar sisudez, em voga nos corredores dos grandes centros da finança mundial por onde até recentemente ele circulava. Antes da metamorfose, Malan dava constantes demonstrações de como lhe era penoso o cargo de ministro da Fazenda. Parecia ostensivamente querer mandar às favas todos os chatos que o cercavam e viviam a interpelá-lo. Hoje ele está de *new look*. Aprendeu a sorrir.

Seu colega José Serra, do Planejamento, tem uma sólida tarimba de político. Sabe falar para diversos auditórios, mostra-se versado no descomplicar o jargão econômico. Mas às vezes exagera nas metáforas. Foi o caso naquela comissão parlamentar, quando citou desastrosamente o nome de Hermenegilda como incompatível com a beleza de uma mulher a quem se quer fazer uma declaração de amor. "É o nome de minha sogra!", berrou ofendido um deputado, seu opositor. Serra, apesar de inteligente, baixou a guarda. O nome escolhido, de resto, não era tão feio assim: podia virar Hermê e até que ficaria charmoso. Nanja que um Tancredo ou um Ulysses cairiam nessa. Escolheriam Cuneundes, Urraca, Tructesinda, algo assim. Malan, com quem Serra tem notória rivalidade, deve ter sorrido com autêntico e redobrado prazer.

São os dissabores de quem tem de conciliar os insondáveis mistérios da economia com a vulgata ao alcance de todos. Se não for assim, dá rejeição na certa. A plebe parece adotar aquele pitoresco ditado português que o Barão de Itararé costumava citar: "Não me venhas de borzequins ao leito que não t'arrecebo!" Os borzequins da sapiência, os altos coturnos teóricos, não se harmonizam com o singelo entendimento do povo, que sabe por instinto o que lhe interessa e o que não lhe convém.

Mas deixemos de lado essas amenidades. O problema da ordem do dia com que o governo se debate é o seguinte: estamos ou não estamos em recessão? Em que se distingue a recessão do simples desaquecimento da economia, por um lado, e da sinistra depressão, por outro?

O presidente Fernando Henrique, sem ser economista de profissão, tem familiaridade com a economia e faz força para fugir ao jargão. Sua abordagem, entretanto, não é a mesma da turma da área econômica. Ele adquiriu o hábito de tirar de letra as dificuldades apelando para o humor. Ora, o humor é um gênero difícil. Alguém precisa dizer a FHC que esse não é o seu forte.

A simplicidade do discurso e da postura de um presidente da República é sempre bem-vinda, em contraste com a solene "liturgia do cargo" preconizada por José Sarney e, sobretudo, com a pose ridícula de Fernando Collor. Mas há um limite, aquele que vimos muitas vezes transposto pelo general Figueiredo.

Fica mal ao presidente, por exemplo, dizer que tem vontade de rir quando ouve falar em recessão a propósito do estado atual da nossa economia. Pessoas autorizadas e muito respeitáveis defendem essa opinião. Pode-se rejeitá-la, até com veemência. Mas é descabido atribuir aos que a sustentam uma pobreza de espírito indigna de ser levada a sério para discussão.

A estabilização da economia

e a saúde do real têm costas largas. Consoante a versão do governo, elas enfrentam com vantagem de *Power Ranger* todos os obstáculos: volatilidade dos capitais especulativos, aquecimento da demanda, declínio assustador do nível de emprego etc. Não têm peso na balança oficial os juros escorchantes, a inadimplência, as falências e concordatas, os preços enlouquecidos, os salários congelados, as dispensas em massa de trabalhadores. Recessão? Quá, quá, quá.

Segundo uma definição universalmente aceita, recessão, em economia, é uma tendência de queda no ciclo de negócios, caracterizada por uma queda na produção e no emprego, a qual por sua vez leva a receita e a despesa das unidades familiares a caírem também.

Se não é isso o que temos aí, é algo tão parecido que não distingue uma coisa da outra. E, afinal, tem muita gente chorando, pega mal achar graça.

O presidente insiste no truque de amesquinhar ou caricaturar a argumentação do opositor, para em seguida tripudiar. É o caso da sua acusação às "minorias organizadas que querem a inflação de volta". Ou da contumaz e sempre vaga alusão à "fracassomania". Admira que ninguém, nem mesmo o Sérgio Mota, pareça ter dito a Fernando Henrique que isso é uma bobagem, aliás sem a menor repercussão quer entre a massa popular, quer nos meios cultos, universitários em especial. Lembra a velha pecha do "quanto pior melhor", atribuída à oposição nos tempos da ditadura. Não é nesse nível que há de ser colocado o debate. O estilo assumido pelo presidente é ruim, porque faz o povo de tolo.

Essa tática implica uma intransigência imperial nas negociações com as lideranças sindicais, como se viu de modo chocante na última greve dos petroleiros. Se se parte da premissa (absolutamente falsa) de que os trabalhadores estão querendo ver a caveira do real, num acesso de furioso masoquismo, como esperar a apregoada solução de consenso?

O mesmo raciocínio se aplica às negociações em geral, inclusive as de natureza política, com os partidos e o Congresso, sobre as reformas constitucionais. Aqui, porém, há sinais de que a atitude olímpica e impositiva do governo pode se "flexibilizar", como mostrou a conversa de FHC com dirigentes do PT sobre reforma agrária.

Enfim, os homens do governo capricham na arte de ser simples, mas o têm feito muitas vezes com tal sem-jeito que aparecem aos olhos da sociedade como simplórios. O que não cai bem em tão douradas figuras.

**Se colar, colou** — A propósito de nota aqui publicada na semana passada, sob o título "É o Brasil", recebi um telefonema do sr. André Berardinelli, da Gávea Vitrocar (e não Video Car, como saiu), Rua Marquês de São Vicente, 10 C. Informa ele que sua loja vende principalmente vidros para carros, e não autopeças, e que o preço de R\$ 456 por um hidrovácuo de freio para Voyage teria sido cobrado numa loja concessionária, ao lado. Assim pode ter sido, pelo que ele me explica com detalhes topográficos. Mas fica de pé o essencial: a desconunal, escandalosa diferença de preços das autopeças no varejo, que deixa revoltado o consumidor. A seção de atendimento ao cliente da Varga, empresa paulista fabricante da peça em questão, me informou que de fato o preço pedido é "absurdo", mas que talvez se tratasse de um "engano" do vendedor. Desses "enganos" se alimenta e engorda a ganância: se colar, colou.

**O problema da ordem do dia no governo é o seguinte: estamos ou não estamos em recessão?**