

ROBERTO MACEDO

A psicologia do "freio"



Condutores do bonde da economia não se preocupam com a confiança do consumidor

As variáveis econômicas, como renda e preços, que afetam o comportamento do consumidor, são amplamente estudadas pelos economistas, mas eles também ressaltam os aspectos psicológicos das decisões de consumo. Um desses aspectos é a confiança com que o consumidor vê a sua situação pessoal e como reage diante das perspectivas da economia. Por exemplo, se é empregado e acha que ela vai bem, tem mais segurança quanto à manutenção do seu emprego e mantém ou amplia o seu consumo. Se acha que ela vai mal, procura conter seus gastos.

Nos Estados Unidos, essa questão da confiança do consumidor gerou até mesmo um índice que procura medi-la, baseada numa amostra de 5 mil famílias e elaborado por uma entidade de pesquisa do setor privado, o Conference Board. No mês passado, esse índice, conhecido como índice de confiança do consumidor, atingiu o seu maior valor em 18 anos e o assunto ganhou destaque na imprensa. Segundo os analistas, entre outros fatores que estimularam essa confiança estão a manutenção do crescimento há bastante tempo, refletida nas baixas taxas de desemprego e de inflação, e o mercado de ações, cujos preços vêm tendo crescimento acelerado.

Como estamos de confiança do consumidor no Brasil? Não temos um índice, mas pode-se especular alguma coisa a respeito. O consumidor ampliou muito suas compras depois do Plano Real, estimulado pelo ganho de renda que teve com a vinda do plano, dado que este reduziu as perdas que os consumidores tinham com a corrosão do valor da moeda, em particular os de baixa renda, que não tinham

acesso a aplicações bancárias, cartões de crédito e outros meios para driblar o efeito da inflação. Outro fator que estimulou o consumo foi a ampliação dos prazos de crédito. O clima de otimismo que veio com o plano também teve o seu papel.

Os últimos dados, entretanto, revelam que o crescimento do consumo de bens duráveis, o mais estimulado pelos efeitos do Plano Real, já se estabilizou e há até a pers-

pectiva de que caia. O estímulo do plano levantou o consumo para um novo patamar, mas não há agora nenhum fato novo a incentivar o consumidor. Do ponto de vista econômico, seria necessário que fossem ampliados os investimentos e a geração de empregos, de produção e de renda. Mas, para consolidar seu sucesso, o Plano Real tem que passar por um processo que poderia ser comparado ao de um salto triplo.

O primeiro pulo foi o da estabilização, realizado com sucesso; o segundo foi esse da produção e do consumo, que veio na sequência do plano, mas limitado pelo esgotamento dos efeitos já apontados; já o terceiro, seria um crescimento sustentado por ampliação dos investimentos. Esse, no entanto, ainda aguarda o ajuste das finanças governamentais que, além de permitir mais investimentos públicos, difundiria confiança nos atores econômicos e induziria os empresários a ampliar seus investimentos e os consumidores a expandir seus gastos. Esse salto ainda não foi dado. Está faltando cabeça e trabalho físico aos atletas que operam os três poderes em Brasília.

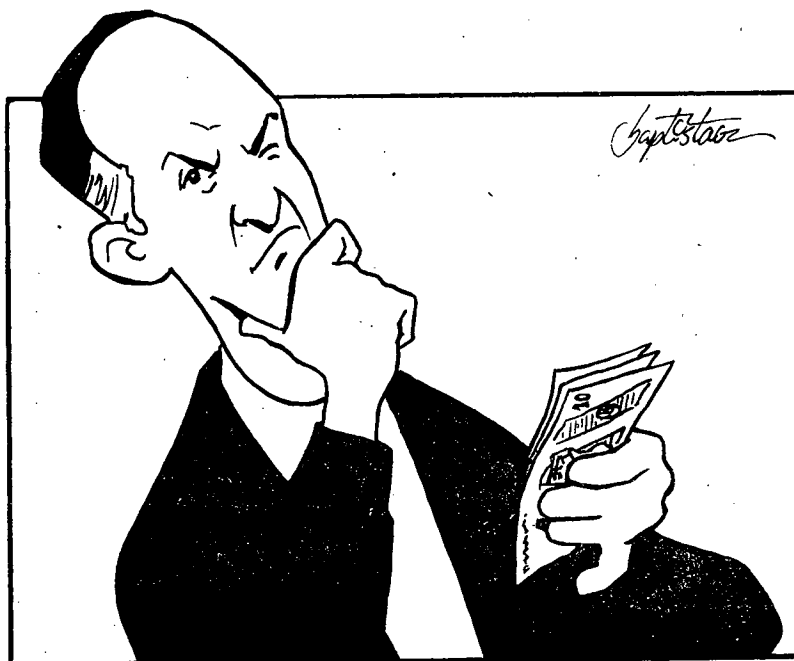
Além desses fatores, o consumidor deve estar também mais cauteloso ou desanimado diante do baixo astral que contaminou o noticiário da mídia, nos últimos dois ou três meses. São as reformas que empacaram no Congresso, uma série de escândalos envolvendo precatórios, deputados flagrados em corrupção, gente do governo acusada da mesma coisa e até petistas, que não se precatarem contra a falta de virtudes nas suas hostes,

concentrando-se em discursos imprecatórios contra quem não era do seu partido ou não comungava das mesmas idéias.

Paralelamente, houve a agitação dos sem-isso ou sem-aquilo, ao lado de desmandos cometidos por policiais que mais constituem ameaças do que proteção, além de um índio queimado vivo. Tudo isso gera um clima de desconfiança e pessimismo que também acaba afetando o consumo.

Também deve ter colaborado para esse quadro o diagnóstico equivocado da conjuntura econômica feito por alguns membros da equipe econômica, que até há pouco tempo defendiam um "freio" na atividade da economia. Essa, na sua avaliação, estaria aquecida em demasia. Isso se revelou um equívoco, mas o vazamento de notícias de que o governo cogitava do "freio", ao lado da adoção de algumas medidas nessa direção, como o aumento do IOF sobre os financiamentos aos consumidores, deve ter provocado o receio da consequente queda da atividade, com risco para o emprego e a renda das pessoas. Se o condutor de um veículo avisa que vai parar, os passageiros acabam se preparando: contêm o consumo ou o antecipam.

Ainda não está clara a dimensão do dano acontecido e se agora será necessário um movimento de aceleração, depois desse anúncio do "freio" e de algumas "brecadas" prévias. A freada pode ter até virado uma marcha à ré. Mas uma coisa já está bem clara. Se havia dúvidas quanto à velocidade do bonde, essa idéia do "freio" deveria ter ficado apenas na cabeça dos condutores, que não se preocuparam com o que pensam os passageiros. É óbvio, mas vale repetir: nem só de economia vive o homem. Nesse caso, além do diagnóstico falho, faltou a psicologia do "freio".



■ Roberto Macedo, economista formado pela USP, com mestrado e doutorado pela Universidade de Harvard (EUA), é professor e consultor