

ROBERTO MACEDO

A psicologia do ajuste

Há muito de psicologia na análise econômica. Quando se estuda o consumidor, por exemplo, são abordados os estímulos e as preferências que, integrando o estado e os processos mentais de uma pessoa, levam ao seu comportamento. Em outro plano de análise, trata-se muito das expectativas dos agentes econômicos. O que eles pensam a respeito do futuro da taxa de inflação ou do efeito da política econômica governamental tem grande influência sobre o que, de fato, ocorre nesses dois casos.

A confiança do consumidor exerce tamanho efeito no seu comportamento que existem índices que procuram medi-la e são indicativos da maior ou menor disposição de ir às compras. Nos Estados Unidos, por exemplo, há um índice desse tipo que ocupa espaço importante no noticiário econômico. Aqui, no Brasil, tem havido experiências de produzir um índice dessa natureza, mas ainda não se consolidaram a ponto de fornecer informações preparadas e divulgadas regularmente, tal como no caso dos índices de custo de vida.

De qualquer forma, se existisse esse índice de confiança do consumidor brasileiro, acredito que revelaria um estado abalado. Entre outras razões, pelo fraco desempenho da economia, pelo aumento do desemprego, pelas altíssimas taxas de juros e pelo noticiário negativo que gira em torno disso.

Muitas vezes, entretanto, o abalo na confiança do consumidor pode ir além do justificado



Os aspectos negativos ficaram em primeiro plano, abalando a confiança

objetivamente pelo estado da economia, refletido pelos dados que levam a esse noticiário. Se o noticiário carrega nos aspectos negativos, o abalo na confiança pode ser maior e, com o consumidor restringindo ainda mais as suas compras, esse abalo prejudica a própria atividade produtiva, agravando os dados sobre o desempenho desta. Estes, por sua vez, repercu-

tem novamente sobre a confiança do consumidor, num círculo vicioso cujos efeitos irão se estender até que fatos positivos possam reverter esse processo.

Novos fatos negativos podem, entretanto, ampliá-lo e entre eles está a própria forma como o governo elabora e divulga a sua política econômica. Estou convencido de que as notícias das últimas semanas em torno do pacote de medidas econômicas que o governo divulgou ontem contribuíram para abalar ainda mais a confiança dos consumidores e, numa outra ponta, prejudicar as transações entre a indústria e o comércio. Nesse período, o governo veio cozinhando os diversos ingredientes do pacote e as notícias que vazaram a esse respeito vieram de forma a indicar que o governo se abasteceu apenas num "saco de maldades", constituído de coisas como cortes de gastos, descontos previdenciários de seus funcionários e aumentos de impostos, que se somaram aos juros mais altos já anteriormente anunciados.

Assim, a gestação do pacote estendeu-se, houve vazamentos e os aspectos negativos ficaram no primeiro plano. Ao lon-

go do processo, não vi gente do governo se empenhando igualmente em mostrar os aspectos positivos e transmitir mensagens que tentassem pelo menos reduzir os abalos de confiança que acompanharam esse noticiário.

No meio de tanta coisa negativa, o leitor poderá perguntar: o que há de positivo? Ora, o que se está tentando fazer é tratar dos males da economia, procurando melhorá-la. Tal como numa cirurgia, o objetivo final é a cura do problema que a tornou necessária, mas ficamos na mesma posição do doente que diz apenas que vai fazer uma cirurgia, e não que vai cuidar de um mal que o aflige. Com isso se enfatizam os cortes e os tratamentos desagradáveis, que não são um objetivo em si mesmo, mas apenas um meio para atingir um fim, cujo prêmio seria um "saco de bon-

dades", como a consolidação da estabilização de preços, mais crescimento, menos desemprego, melhores rendimentos e tudo o mais.

Anteontem à noite, vi o pronunciamento do presidente, mais nessa linha, mas claramente insuficiente para instilar maior confiança, até porque as maldades correram soltas por semanas. Com o anúncio das medidas detalhadas que veio ontem, e feito apenas pela equipe econômica, que não tem demonstrado maior preocupação pela psicologia do ajuste, a carga negativa permanecerá em primeiro plano por muito tempo.

Está faltando, assim, uma preocupação quanto a essa psicologia, quanto à predominância dos impactos negativos e seus abalos na confiança dos consumidores, na atividade produtiva, pondo em risco até a própria eficácia das medidas, ao encolher a base tributária da qual se esperam mais recursos para o governo.

Não se trata de pedir ao sociólogo que consulte um psicólogo. Seu próprio pronunciamento revela a preocupação de transmitir confiança. A dosagem, contudo, tem sido inadequada. O que está em jogo no momento é importante demais para ficar predominantemente por conta da equipe econômica, mais treinada para a técnica cirúrgica do que para transmitir aquela confiança indispensável a uma aceitação mais fácil das dores e inconveniências da intervenção, ao melhor estado antes e depois desta e à tão desejada recuperação. Esse papel vem-se revelando indelegável e cabe ao presidente assumi-lo com todo o empenho.



■ Roberto Macedo, economista com doutorado em Harvard (EUA), é professor e consultor
E-mail: roberto@macedo.com