

O Marisco e o Rochedo

Enquanto a economia de mercado não se instala no Brasil, estimulando a livre concorrência, e o Estado não reduz a sua intervenção na economia, o consumidor brasileiro fica como o marisco na luta entre o mar e o rochedo. O governo prega a economia de mercado, mas o combate à inflação — que é a preliminar da estabilidade econômica — impôs a adoção do congelamento temporário de preços. Com a economia em recessão e a demanda desaquecida, os preços têm se mantido sob razoável controle.

Mas os produtos começam a faltar, como a carne bovina e os combustíveis, pela decisão dos comerciantes de deixar de comprar dos fornecedores. Os açougues do Rio e alguns supermercados suspenderam as encomendas porque não agüentam ficar espremidos entre o tabelamento ao consumidor e a cobrança acima da tabela dos frigoríficos e atacadistas.

O filme já foi visto no Plano Cruzado e reprimado nos congelamentos posteriores. Nos tempos do cruzado, encenou-se um *far west* econômico, com a prisão dos bois no pasto. Agora, a prudência recomenda a troca do voluntarismo intervencionista pela presença do governo na negociação entre as diversas fases da cadeia de produção e comercialização. Nada disso impediu, no entanto, que os consumidores ficassem entre a cruz e a caldeirinha.

Para ter o produto de melhor qualidade, o consumidor costuma se submeter aos preços mais altos dos açougues, ou mesmo pagar o ágio. Do contrário, fica sem a carne. As churrascarias queixam-se do mesmo problema, mas não podem deixar de pagar o ágio, sob pena de ficar sem o produto que é a sua razão de existir. Para fugir ao ágio que lhes reduz a margem de lucro, os açougues e supermercados boicotam a compra de car-

ne. Legalmente, entretanto, não podem ser enquadrados na prática do locaute, que é crime econômico.

A decisão dos donos de postos de combustíveis de São Paulo, de suspender a compra junto às distribuidoras (que por sua vez vão parar de comprar das refinarias da Petrobrás), embora procure sensibilizar o governo para alterar a estrutura dos pesados impostos que incidem sobre o preço da gasolina, do álcool e do diesel, para aumentar a margem de lucro do revendedor, tem um desenho mais próximo do locaute. É que os proprietários de automóveis e caminhões não têm alternativa para o tanque de seus veículos. Junta-se a isso a greve dos empregados da Petrobrás Distribuidora, que domina quase 40% da revenda de combustíveis: o consumidor, mais uma vez, pagará a conta.

A solução do problema volta ao governo, que pode reduzir a carga tributária para melhorar o lucro do empresário sem prejudicar o consumidor. A redução de 10% no IPI dos automóveis foi um bom exemplo. A carga tributária aumentou tanto que os consumidores perderam a capacidade de comprar automóveis zero quilômetro (há 10 anos, o Brasil absorvia um milhão de carros anualmente; hoje, as vendas mal passam dos 600 mil veículos).

A situação financeira do Tesouro continua delicada, com os superávits se sucedendo há 14 meses, graças, basicamente, à paralisação de obras, à redução de encomendas e à suspensão de pagamentos a credores e fornecedores. Acionar a redução de impostos como fator de retomada da economia, através do aumento do mercado consumidor, é uma tática que pode e deve ser aplicada a vários setores, pois é bem possível que a receita geral cresça, junto com a recuperação do consumo.