

Recessão pedagógica combaterá inflação

Helival Rios

A recessão brasileira é pedagógica. Ela vai continuar até que o empresário entenda uma coisa muito simples, a primeira regra de uma economia de mercado: que é possível ganhar muito mais na escala (na quantidade vendida) do que no preço. Esse enfoque sobre o que acontece hoje com a economia do País constou de uma conversa do presidente Fernando Collor, na última semana, mantida com o diretor-gerente do Fundo Monetário Internacional (FMI), Michel Camdessus, momentos antes de lhe entregar a carta de intenções, na qual se compromete a trazer a inflação brasileira, da atual casa de mais de 25% ao mês, para o nível de 20% ao ano.

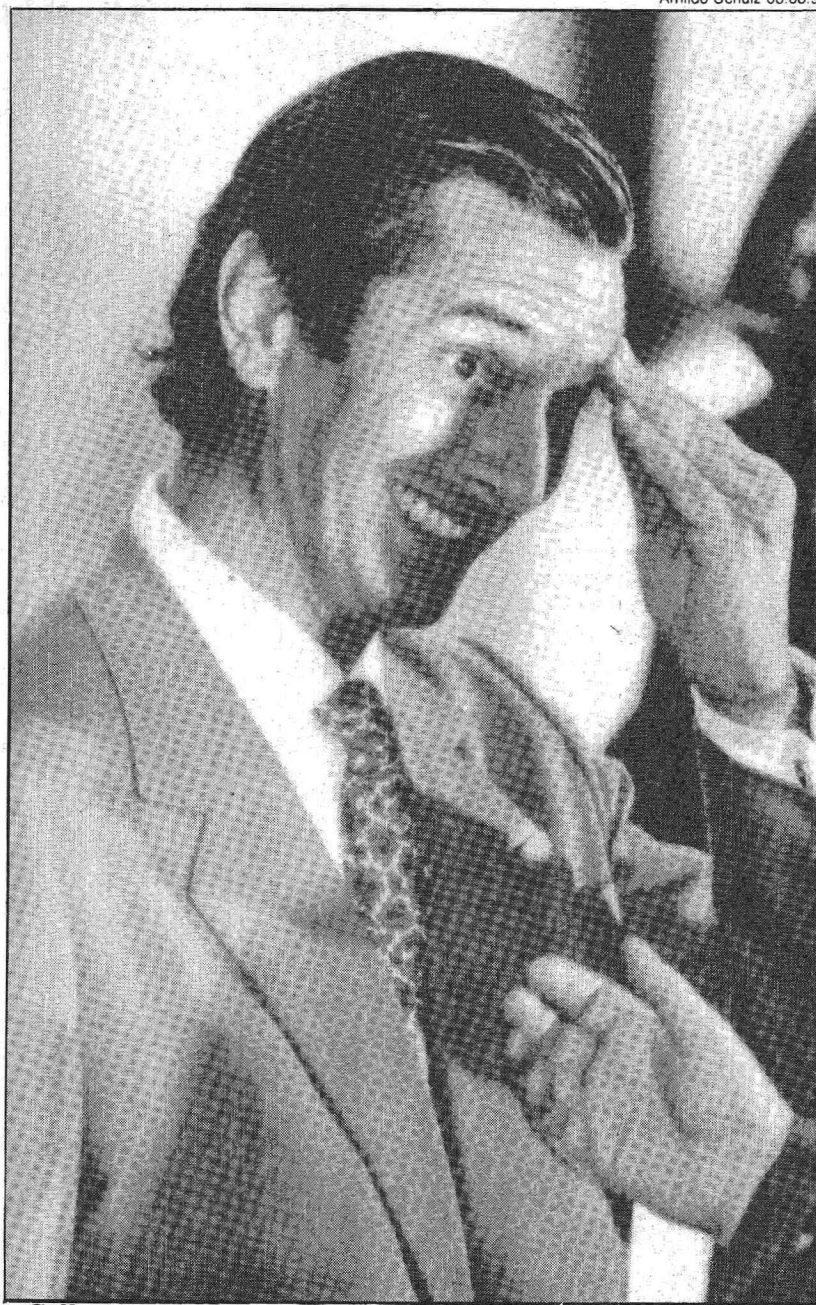
Houve, da parte do presidente Collor, segundo se diz no Palácio do Planalto, uma profunda mudança de comportamento perante a inflação brasileira. Não se trata de um tigre que possa ser abatido com um só tiro. Mas de um tigre que precisa ser domado. E a forma de domar a fera — nada menos que a ganância, a sede especulativa e a incapacidade de se adaptar a uma economia de mercado — é agir com ela pedagogicamente, mexendo nos seus mecanismos psicológicos.

A verdade é que hoje, cada empresário brasileiro é um especulador. E assim o é, porque ele não pensa em aumentar o lucro do seu negócio, produzindo mais, vendendo cada vez maiores quantidades, como acontece em qualquer regime capitalista sadio.

O empresário quer ganhar sem fazer força, quer "dar uma tacada". Quer comprar um produto por 100 e vendê-lo por 1.000. Só que quem produz a matéria-prima, quem fabrica o produto, quem o transporta, todos querem a mesma coisa: dar a grande tacada. E o resultado disso é um comportamento generalizado da remarcação dos preços.

O Brasil hoje, desse modo, não vive mais um desajuste econômico tipo "corrida de preços e salários", já que os salários acumulam perdas reais de 45% em média relativamente aos últimos dois anos. O tipo de desajuste é o de uma corrida "preços-preços".

Os empresários que produzem os bens finais elevam seus preços. Os que produzem matérias-primas respondem. Ora invertem-se os papéis, em movimentos puxados pelo setor de matérias-primas, de fre-



Collor diz que a estratégia agora é domar e não matar o tigre

tes, serviços etc. O consumidor, em todo esse processo ou os trabalhadores, que detêm renda fixa, são a parte passiva.

No processo pedagógico iniciado pelo governo recentemente, os consumidores deixam de assumir um papel passivo diante da inflação especulativa, embora involuntariamente.

E como isso ocorre? Basicamente, mediante duas políticas: de um lado, uma política monetária altamente restritiva, e de outro, uma política de restrição salarial.

Com a política monetária restritiva, o governo eleva as taxas de juros no mercado, provocando dois efeitos imediatos: primeiro, torna insuportável a manutenção, junto às empresas, de estoques especulativos de mercadorias e matérias-primas, induzindo a uma venda mais rápida, coisa que somente pode ser feita mediante preços menores do que os que vinham sendo praticados. O acerto dessa política, segundo se defende no Palácio do Planalto, está evidente na onda de queimas e de liquidações feitas no momento pelo comércio em geral.

O segundo efeito direto dos juros altos representa um desestímulo às vendas a prazo. Juros de 60% a 70% ao mês tornam-se definitivamente proibitivos para os consumidores. Mais uma vez, isso vai forçar o empresário à prática de preços menores ou, do contrário, não conseguirá reduzir os seus estoques. E esses estoques têm de ser reduzidos porque o seu custo de manutenção, a juros de 20 pontos acima da inflação, tornam-se insuportáveis, já que o empresário, uma vez convertendo a mercadoria em dinheiro, estaria aplicando esse dinheiro no mercado e ganhando os mais de 40% de juros.

A política salarial restritiva dá o contraponto à política monetária, reforçando-a. Isto é, com um menor nível de renda real, os trabalhadores e os consumidores vão comprar menos, vão pechinchar mais, vão adotar um comportamento mais seletivo em suas compras, criando, assim, dificuldades a que as vendas se realizem "a qualquer preço", como gostariam os empresários.

Com um menor nível de renda e sem poder comprar a prazos mais longos, os consumidores abandonam uma posição de passividade e assumem uma posição ativa (ou seletiva) com relação ao mercado (às compras).

Há, ainda, ancorando essas duas políticas (monetária e salarial), uma política fiscal que tem como objetivo maior reduzir as necessidades de endividamento do setor público, através de movimentos que garantem aumento de receita de um lado, e enxugamento de despesas, de outro. Com isso, o governo passa a gastar apenas os recursos de que dispõe, contribuindo para reduzir a demanda agregada (corte de despesas) da economia, de um lado, o que vai contribuir para menores movimentos de preços (já que o governo é um grande cliente) e, de outro lado, disputando menos pelos recursos do mercado financeiro (o que favorecerá os tomadores privados de capital).

Todo o objetivo dessa política é encurralar o especulador ou a especulação, que é hoje o cerne do comportamento empresarial brasileiro.

O custo social dessa política, contudo, é muito elevado, por se tratar de um país de graves desníveis de renda e de grandes bolsões de pobreza.