

O nacionalismo revisitado

João Geraldo
Piquet Carneiro *

O nacionalismo, que parecia proscrito, começa a ressurgir com roupagem e atores novos. Seus patrocinadores são os empresários — em particular, o empresariado industrial moderno, cujo epicentro se encontra em São Paulo — ou seja, o mesmo grupamento social que, até recentemente, investia contra o tradicional nacionalismo de corte estatista. No campo político, o novo movimento conta, desde logo, com o endosso explícito dos governadores dos estados mais industrializados.

Ao contrário do velho nacionalismo, o novo se revela mais abrangente e menos dogmático. Ele congrega empresas tanto brasileiras quanto estrangeiras ("Não há ninguém mais nacionalista do que uma empresa multinacional solidamente instalada no país", costuma observar um experiente advogado de empresas); sensibiliza parcelas ponderáveis de trabalhadores urbanos preocupados com a preservação de seus empregos; e, por se dissociar de querelas ideológicas, transita com facilidade no ambiente político. Na medida em que mobiliza importantes lideranças regionais, o novo nacionalismo pode atribuir-se caráter suprapartidário. Sua ideia-força é simples e unívoca: a necessidade de adotar-se, internamente, mecanismos de defesa contra a concorrência externa, à semelhança do que acontece, sem exceção, nos países amplamente industrializados.

Se o objetivo visado é o aperfeiçoamento dos mecanismos institucionais de defesa da concorrência, os novos nacionalistas estão cobertos de razão. De fato, o proverbial paternalismo do Estado e o renitente despreço pela livre iniciativa frustraram até agora o florescimento de uma cultura pública e privada de valorização dos mecanismos do mercado. Para que se reverta esse quadro, não basta atualizar a legislação antitruste e modernizar estruturas administrativas. Torna-se imprescindível, também, que o próprio setor privado se

prepare para operar segundo regras que dispensem a iterativa intervenção do Estado nas relações econômicas privadas. Com relação a esse último ponto, a mensagem dos novos nacionalistas, para que seja acatada como legítima, ainda está a exigir maior clareza conceitual.

Em primeiro lugar, as raízes do nacionalismo empresarial acham-se imbricadas às do protecionismo do Estado — elemento indispensável ao modelo de substituição de exportações dos anos 60 e 70. Essa estreita proximidade genética com o protecionismo comum, somada à circunstância de que boa parte dos novos nacionalistas foi, no passado recente, beneficiária desse protecionismo, é suficiente para que se levante a suspeita de um leve traço de nostalgia entre seus adeptos. Por enquanto, é apenas uma tênue desconfiança, que se confirmará, ou não, dependendo das ações concretas que os empresários e seus aliados políticos venham a desenvolver daqui para frente.

Em segundo lugar, a proposta partida de São Paulo visando a retirar do Executivo federal a prerrogativa (e, portanto, a flexibilidade) de fixar alíquotas do imposto de importação, transferindo-a para o Congresso, reforça a dúvida sobre os reais objetivos estratégicos dos novos nacionalistas. A flexibilidade, inerente a qualquer política tarifária, tem sempre duplo objetivo: de um lado, estimular a concorrência e a renovação tecnológica, mediante a redução de tarifas, em situações específicas; de outro, proteger a indústria nacional contra a concorrência externa predatória, por meio da elevação circunstancial de tarifas. Ora, a assunção pelo legislativo do poder de dispor sobre tarifas aduaneiras retiraria, do Executivo, um de seus mais preciosos instrumentos de política econômica. E o que é mais grave, implicaria transferência para o Congresso de ato típico de gestão administrativa. A dúvida a respeito da motivação que inspirou essa proposta apenas se acentua quando se tem presente que, pelo caminho da proteção tarifária, torna-se fácil recriar reservas de mercado e esterilizar a política de renovação tecnológica. E

ninguém desconhece quão numerosos são os saudosistas dos mercados reservados.

Em terceiro lugar, o *timing* do lançamento do pleito nacionalista sugere uma dose de oportunismo. O pretexto aparente foi a decisão — por sinal questionável — do governo de acelerar o cronograma de redução tarifária como instrumento de combate à inflação. Lembre-se, porém, que os setores da atividade econômica mais afetados pelo programa de redução tarifária absteram-se, no primeiro momento, de confrontar abertamente o governo federal, cuja agenda liberalizante era ampla e, em grande parte, benéfica para as empresas. Recrudescem, agora, quando essa mesma agenda passou para as mãos do Legislativo, e os estados, com suas dívidas já definitivamente escalonadas, encontram-se mais à vontade para se opor à política tarifária do governo federal. Não parece crível que se trate de mera coincidência.

Outros sinais oriundos do meio empresarial são, no mínimo, contraditórios. Nos últimos meses, alguns setores oligopolizados vêm resistindo, de maneira desabrida e quase desafiante, às tentativas do governo de impor-lhes alguma disciplina espontânea em matéria de preços. Esse tipo de atitude não se coaduna com o discurso de valorização da economia do mercado e da livre empresa. É, portanto, imprescindível que os novos nacionalistas provem, de maneira insofismável, que de fato visam ao aperfeiçoamento dos mecanismos institucionais de defesa da concorrência e não apenas ao restabelecimento de anacrônicos privilégios.

O êxito final do novo movimento nacionalista ficará, portanto, na dependência de que sejam eliminadas as ambigüidades apontadas. Caso contrário, se se tratar de estratégia para recriar o protecionismo estatal ou de manobra para resolver problemas setoriais, mediante troca de indumentária e retoques de discurso, seus condutores se colocarão na contramão de tendências estruturais, que apontam firmemente no sentido do esgotamento do velho nacionalismo protecionista.