

17 DEZ 1992

ESTADO DE SÃO PAULO

Joelmir Beting

"A economia brasileira está ficando cada vez mais perigosa e divertida."

Roberto Grad, publicitário



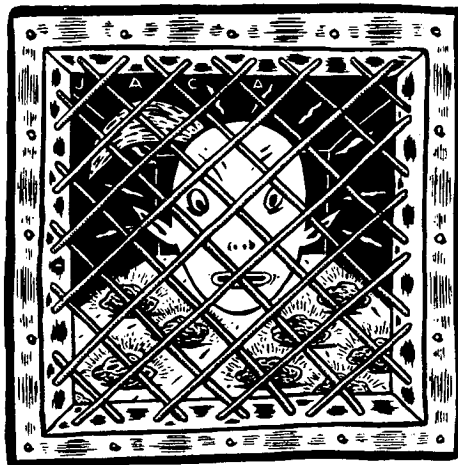
Com Brasil
Piorômetro a bordo

Economistas que nunca entraram numa fábrica e nunca viram uma duplicata mais magra voltam a empolgar as atenções de um governo desinformado e atarantado. Experimentalistas e intervencionistas por profissão, luminares acadêmicos ensaiam seduzir o presidente Itamar Franco, marinheiro de primeira viagem, com novos planos de salvação nacional.

□□□ O mais espantoso: são economistas situados no lado de fora do governo. Caso do professor Dércio Garcia Munhoz, sagrado como conselheiro-mor do presidente da República. Quer dizer: o governo Itamar Franco confessa, publicamente, que não tem competência para formular diretrizes econômicas. Nem mesmo um programa de curto prazo para a travessia da emergência nacional. E tanto não tem que encomenda ao professor Munhoz um programa econômico alternativo (sic), por cima do cadáver político dos ministros da Casa. Ou por baixo da redescoberta do Ministério do Planejamento.

□□□ No lugar de Haddad ou de Andrade Vieira, faria o que já fez Krause: pegaria o boné ainda hoje. O presidente que se divirta com Munhoz, que acaba de reinventar a pólvora: prefixação de preços e salários, com sobras para juros e câmbio. Recarga da pajelança heterodoxa, reator da estagflação brasileira nos últimos sete anos.

□□□ Eis a questão: a estagflação verde-amarela nada tem a ver com a teoria da moeda, monopólio intelectual dos



economistas. Ela tem tudo a ver com a sociologia do mercado — que a maioria dos economistas não alcança e até abomina. Pela teoria da moeda, a inflação já teria zerado: demanda atrofiada a juros na ionosfera. Pela sociologia do mercado, os agentes econômicos, cinco vezes chocados, não retomam projetos porque aguardam o próximo choque: mais recessão. E não cedem nos preços porque a espera do choque recomenda a manutenção de gorduras defensivas em todos os preços: mais inflação.

□□□ Pois tome, agora, o Efeito Munhoz. Ontem, nos maiores jornais, as manchetes da prefixação. E para a sociologia do mercado, anunciar plano de prefixação é passar aviso prévio de tabelamento de preços. A remarcação antecipada vai recomençar.