

Pelé, Tostão e o ataque social mágico



MARCELO
NERI

O presidente Lula disse que o Brasil está indo bem, apesar da crise, antes mesmo “de colocar Pelé em campo”. Ou seja, reduzir a Selic e os spreads bancários que, como tudo que está no alto, podem cair. Agora, por que não colocar um outro mineiro em campo, ao lado do rei: o velho e bom Tostão, leia-se, mais transferência de renda transitória aos mais pobres que consomem boa parte dela. É ótimo para pobreza e é ótimo para demanda. Moeda que lubrifica economias primitivas, neutralizando em parte a contração do crédito das regiões modernas. Tostão joga bem sozinho, caindo pela esquerda, e ainda faz tabelinha com Pelé.

Na verdade, podemos elencar 11 instrumentos, ou amortecedores dos impactos da crise externa no Brasil. Nessa metáfora futebolística, a escalação dos 11 titulares da minha seleção brasileira de combate à crise seria: 1. reservas internacionais; 2. arrecadação fiscal (responsabilidade fiscal com alta carga tributária, exemplo: queda do IPI dos automóveis); 3. política monetária (taxa de juros básica, spreads bancários e depósitos compulsórios todos altos); 4. sistema financeiro (sistema bancá-

rio privado regulado e saneado (Proer) e bancos públicos saneados e estabelecidos (os países desenvolvidos começam a estatizar seus bancos); 5. economia ainda fechada; 6. exportador de comida; 7. boa demografia; 8. adaptabilidade do brasileiro à crise; 9. rede de proteção social operante (Bolsa Família: aumento na faixa de elegibilidade de R\$ 17 per capita), salário mínimo (reajuste de 6,5% real no piso de aposentadoria em 2009), seguro-desemprego (passa de três a cinco meses para cinco a sete meses mais aumento do benefício impulsionado pelo mínimo); 10. mercado interno aquecido e 11. investimento público. O PAC melhora a logística econômica (ex: estradas) e social (saneamento básico), além de injetar demanda no sistema. Uma espécie de novo New Deal tupiniquim concebido quando a crise ainda não era anunciada.

Num país de 180 milhões de técnicos de futebol, travestidos na crise em técnicos de economia, escalação é polêmica. Durante crise econômica, ou futebolística, não há consenso em Brasília, Washington ou Caracas. É sempre arriscado discordar do presidente, o saudoso João Saldanha que o diga, mas o verdadeiro camisa 10 da seleção é o nosso mercado interno, fazendo dupla de área com o tal Tostão do Bolsa Família. Esta é a dupla de área que vai ao fim e ao cabo suprir a nossa demanda de gols. Sei que a escalação da economia fechada como cabeça de área gera dissenso, como nos idos da era Dunga, em 1990. É verdade ainda que as re-

servas internacionais são o nosso goleiro titular — tem hoje inúmeras reservas internacionais, desculpem o trocadilho, mas isto era antes algo impensável no Brasil. Porém mais do que trazer os inúmeros craques verde-amarelos que estão fora de campo, é preciso que os que estão lá joguem melhor. Em particular, podem atuar mais sintonizados com a crise em curso. Temos ainda de evitar o salto alto (lembre-se do fiasco da Copa de 1966, mesmo com Pelé e Garrincha).

Porque não colocar ao lado do rei o velho e bom Tostão, leia-se transferência de renda transitória aos mais pobres que consomem boa parte dela

Agora, é preciso acima de tudo adotar um esquema tático que favoreça o potencial do inegável conjunto de talentos brasileiros. Da mesma forma que há quase 10 anos criamos o tripé mágico na macroeconomia — metas de inflação, câmbio flutuante e responsabilidade fiscal —, que hoje constituem a base da nossa bem montada defesa macroeconômica. Houve revelações recentes de peso na área social, um verdadeiro ataque de Rs, a saber: Bolsa Família, o PAC e Ações de Acesso a Mercados dos Produtores Pobres. Na integração deste tripé com o da linha de defesa macroeconômica está a chave da vitória. O Brasil precisa de esquema tático que utilize todo

nosso potencial. Antes de explicar o tripé social mágico, um parêntese: por que não incorporar a ele o "PAC educacional"? Resposta: além de evitar o termo "quadrado mágico", fracassado em 2006, o nosso foco aqui é o curto prazo da crise em curso. As ações de preservação dos estudantes dos choques estão no Bolsa Família e nas suas condicionalidades educacionais.

O Bolsa Família dá ao pobre, de certa forma, o acesso aos mercados consumidores, mas é preciso ir além e partir para o ataque social: dar o mercado aos mais pobres. Na emancipação dos beneficiários do Bolsa Família há a questão semântica: ao invés de "portas de saída" do programa, preferimos a abertura das "portas de entrada" dos pobres aos mercados. Os pobres não precisam ser protegidos dos mercados, mas precisam ser integrados a eles através de ações educacionais, de provisão de microcrédito, de microsseguro, de comercialização de produtos e serviços etc. Nesse aspecto, há alguns talentos esquecidos atuando nas áreas mais pobres do Brasil, em particular o Crediamigo do Banco do Nordeste, que acabou de ser escolhido pelo BID o melhor programa da América Latina no campo do microcrédito. Complementarmente defendendo, desde a Copa de 2002, a colateralização das bolsas sociais. Convoca eles, presidente!

O trabalho de estratégias de acesso a mercados consumidores pelos pobres é embrionário no Brasil, mas é o nosso mais promissor craque do futuro, como foi Ro-

naldo em 1994 e Kaká em 2002. Nossas pesquisas mostram que, na visão dos pequenos produtores, o principal desafio já antes da crise era: falta de demanda. As políticas públicas olham os pequenos produtores de maneira muito passiva. Falta empoderá-los face aos mercados. Temos de driblar bloqueios ideológicos que defendem a retranca social. Em particular, falta visão clara sobre dois pontos: I) nas mudanças no interior da economia, quem perde e quem ganha demanda, fruto da crise e das ações contra ela. II) faltam políticas que permitam aos próprios produtores pobres nichar sua demanda. Não só o que gera demanda, mas como a oferta encontra esta nova demanda. A injeção de demanda necessária é o ponto-chave da sociedade mundial hoje, mas estamos olhando a economia de maneira muito agregada, sem enxergar os detalhes dos grupos emergentes e dos que afundam, seja na descoberta de nichos de mercado, seja na ampliação de redes sociais aos perdedores (vide www.fgv.br/cps/crise). Em crise é preciso aproveitar melhor as poucas oportunidades disponíveis. O que vai dar mágica ao nosso time de craques é um esquema de jogo integrado da defesa econômica ao ataque social.

Marcelo Côrtes Neri, chefe do Centro de Políticas Sociais do IBRE/FGV e professor da EPGE/FGV, é autor de "Retratos da Deficiência", "Cobertura Previdenciária: Diagnóstico e Propostas" e "Ensaio sociais". mcneri@fgv.br