

A métrica do sucesso

Um dos clichês em que o PT sempre insistia, em sua encarnação anterior, era o da demonização do “Mercado” o qual, segundo diziam, era um agrupamento de predadores financeiros sem alma e racionalidade. Diziam que FHC governava para o “Mercado” e não de forma a atender os “Interesses Maiores do Povo Brasileiro”, dos quais o PT se julgava representante exclusivo.

Ao leitor atento, e que teve o privilégio de assistir o Presidente da República em seus pronunciamentos no Primeiro de Maio, regozijar-se da avaliação generosa do Mercado quanto a seus primeiros meses de governo, não terá escapado a impressão de que toda essa xaropada anti-mercado foi abandonada como se nunca tivesse existido.

É interessante e simbólico que, no Primeiro de Maio, em vez da lenga-lenga anti-capitalista em que o PT esteve envolvido nos últimos anos, o que vimos foi o Presidente admitir que está fazendo políticas com o propósito de alegrar o Mercado, está sendo bem sucedido em agradar, e está abundantemente satisfeito com o sucesso que vem fazendo.

Com efeito, a entidade demoníaca tornou-se a métrica do sucesso. O Presidente festeja a queda do dólar e do risco Brasil, ou seja, exalta a reação favorável do Mercado às ações do seu governo como indicações definitivas de que está no caminho certo.

Mudou o Mercado, que agora é de esquerda, ou mudou o PT?

O aplauso embriagante do Mercado soterrou vários anos de preconceito, ou de hipocrisia, sobre o Mercado e os “Interesses Maiores do Povo Brasileiro”. Mudou o PT, é claro, e para melhor, e espera-se que não seja fingimento ou oportunismo. Isto tem de ser exaltado, inclusive e principalmente, para prevenir o retrocesso do qual são representantes os radicais do PT e seus zangados representantes.

Sabemos que o preconceito e a ignorância são criaturas difíceis de morrer. Tal como o Conde Drácula, é preciso estaca no coração, cortar fora a cabeça, tocar fogo, colocar no sol e jogar água benta em cima. E mesmo com todo esse cerimonial, em dezenas de filmes posteriores à suposta morte do vampiro, verificamos que com três gotas do sangue de uma virgem derramado sobre o pó que restou da velha criatura, são suficientes para ressuscitar a velha maldição.

Assim sendo, tendo em vista o nobre propósito de ajudar a sepultar velhos preconceitos bobos, e interpretações guerrilheiras sobre o que vem a ser o Mercado gostaria de enunciar quatro preceitos a propósito do papel do Mercado no Mundo Moderno, e no Brasil do século XXI em particular.

1. **O Mercado é uma feira de idéias.** O Mercado é mais que tudo um “locus” de confluência de informação e formação de opinião através da

definição dos preços para coisas que ocorrem no futuro. O futuro, dirá, o “trader”, está no preço, o sumário de tudo o que se sabe. Tal como nas feiras medievais, o Mercado é um lugar onde as pessoas se reúnem para trocar idéias e informações, onde tudo o que se sabe sobre a economia é exibido e avaliado por profissionais, inclusive visões sobre o comportamento coletivo dos participantes do jogo econômico. Graças aos avanços nas comunicações, o Mercado é um fenômeno de mídia, um “local virtual” de dimensões globais, onde toda a informação se encontra disponível e onde se molda a essência da opinião pública especializada.

2. O Mercado faz a média e, na média, acerta. A opinião pública especializada, ainda que dada a exageros ocasionais, é perfeitamente racional e, na média, está correta em seu aplauso e em suas vaias. Toda vez que o Mercado parece excessivamente eufórico, ou pessimista, a “correção” é gestada internamente na medida que as opiniões precisam ser continuamente confirmadas por investimentos, e defendidas dos “ataques” de quem desinveste. O Mercado não é apenas um exercício intelectual, é um jogo onde as opiniões são “bancadas” por investidores num contínuo embate entre comprados e vendidos. A opinião da “maioria”, a que tem mais peso econômico, sempre prevalece.

3. O Mercado é um juiz implacável das políticas públicas. Nos dias de hoje, com os avanços em matéria de comunicação e conectividade, estas avaliações são instantâneas, aí incluindo-se sentença e punição, ou aplauso. Heterodoxias vivem apenas efemeramente e não mais durante muitos anos, como na época do ministro Delfim, decano da feitiçaria econômica nacional. Os heterodoxos do PT, por exemplo, desapareceram como que por encanto, ou foram trancados no armário. Os “moderados”, ou “convertidos”, passam boa parte do seu tempo conversando com o Mercado a fim de melhorar a avaliação que este tem para o Governo. Não há um centavo de dúvida em que a métrica do sucesso do Governo mudou completamente e que o PT se submeteu às regras do mundo globalizado.

4. A Democracia é mais rica numa economia de mercado, pois graças a este, todo dia tem eleição. Por último, é obviamente errado que o PT, e tampouco o PSDB ou o PFL, sejam proprietários exclusivos dos “Interesses Maiores do Povo Brasileiro”. Numa economia de mercado moderna, como a nossa, todo dia tem eleição, pois todo dia o Governo é avaliado por especialistas, analistas, jornalistas, empresários, investidores, trabalhadores, e o resultado deste julgamento é sintetizado no câmbio, no risco Brasil, e na bolsa. Essas avaliações impessoais valem muito mais do que o delírio individual de um político, quem quer que seja, que por delegação autoconferida se autoproclame proprietário exclusivo dos “Interesses Maiores do Povo Brasileiro”.