
10/08/2010 - 20:08**Bolha de consumo? - 2**

A questão posta, portanto, é de como sustentaremos este agressivo mercado consumidor. O gráfico possibilita a percepção mais nítida desta agressividade: este é o início do movimento de aumento de consumo iniciado em 2006.

Entre 2003 e 2008, 34 milhões de brasileiros ascenderam para as classes A, B ou C. De 2009 a 2014, Marcelo Neri (FGV-RJ) estima que outros 30 milhões de brasileiros serão incorporados a esses segmentos sociais.

A consultoria LCA projeta para 2020 um gasto de R\$ 5 trilhões das famílias brasileiras, 130% acima do gasto atual, o que transformará nosso mercado interno no quinto maior mercado consumidor do mundo (atrás, apenas, dos EUA, Japão, China e Alemanha).

A ascensão da classe D para C dobra o consumo, em média, por família, de comida, bebidas e cigarros. Em 2014, a classe C consumirá R\$ 451 bilhões com vestuário, eletrônicos, alimentos e remédios. Em virtude do aumento do salário mínimo, as empregadas domésticas em pouco tempo se tornarão membros da classe média (a classe C, com renda familiar mensal a partir de R\$ 1.115).

A ascensão da classe B para A gera aumento em 60% do consumo dos mesmos produtos, por família brasileira. As classes D e E brasileiras aumentaram os itens de consumo, incorporando às compras mensais iogurte, leite condensado e amaciante de roupa, segundo análises da Kantar WorldPanel.

A questão que fica é: como manteremos este consumo? Como este aumento de endividamento poderá ser sustentável, sem gerar o estouro da bolha de consumo nos próximos cinco anos?

A questão faz sentido quando analisamos a pauta de exportação do país, cada vez mais focada em commodities, que geram um mercado de trabalho interno de baixa renda e qualificação profissional.

Com efeito, a maioria dos economistas brasileiros indica que os mercados da China e Índia serão os importadores preferenciais dos produtos nacionais, economias que devem crescer pelo menos 10% e 8%, respectivamente, segundo estimativas da Tendências. E as commodities dominam a pauta de exportação brasileira para os dois países.

No primeiro bimestre, o petróleo fez a diferença nos embarques para a China. As vendas brasileiras do óleo nos dois primeiros meses de 2010 alcançaram US\$ 639,9 milhões. No mesmo período do ano passado foram US\$ 90,6 milhões.

Nas vendas para a Índia pesou o açúcar, com exportações que passaram de US\$ 109,9 milhões para US\$ 256,2 milhões. Para José Augusto de Castro, da AEB, porém, o desempenho do valor de vendas de açúcar não deve se manter. "Os preços estão caindo e o açúcar não deverá mais ser a sensação das exportações brasileiras, como se previa."

Já nossos produtos manufaturados têm, na América Latina, seu mercado mais promissor. Entre os itens que puxaram as vendas brasileiras neste ano estão os automóveis, para a Argentina, cujos embarques saltaram de US\$ 176,2 milhões no primeiro bimestre do ano passado, para US\$ 376,9 milhões nos dois primeiros meses deste ano. Os carros representaram 14,2% dos valores exportados à Argentina no período.

Estaremos, portanto, vivenciando um período inicial de consumo que começará a revelar seu irracional endividamento nos próximos anos? Saímos de uma base de consumo reprimido que se esgotará até 2014? O Estado fordista tupiniquim será obrigado a financiar este endividamento?

Tais questões parecem de suma importância para serem respondidas pelo futuro governante maior de nosso país. As respostas indicarão o papel do Estado no próximo período. Poderá indicar o aumento da tutela estatal e concentração do manejo orçamentário pela União. Poderá, ao contrário, gerar um novo pacto federativo e, talvez, a concertação social para redefinirmos a estrutura do mercado de trabalho e pauta de exportações.

Ou, ainda, pela inércia e omissão, gerar um descontrole que poderá causar o estouro da bolha de consumo que vai se arquitetando a olhos nus, similar ao risco do observador atônico de um ovo de serpente.

Rudá Ricci

Sociólogo, integrante do Fórum Brasil de Orçamento e do Observatório Internacional da Democracia Participativa.

ruda@inet.com.br