

As histórias sobre a economia

Por Robert J. Shiller

Valor Econômico, 21.3.2014

Não é fácil para líderes nacionais, mesmo aqueles com os talentos de Abe, administrarem essas narrativas, assim como é difícil para produtores de filmes entregarem um grande sucesso a cada obra. Ninguém consegue adaptar as tramas que afetam a economia.

As flutuações nas economias do mundo devem-se em grande parte às histórias que ouvimos e contamos sobre elas. Essas narrativas às vezes nos inspiram a sair e gastar, a criar empresas, a construir novas fábricas e prédios de escritórios e a contratar funcionários; outras vezes, nos amedrontam, levando-nos a ficar sentados, economizar recursos, conter gastos e reduzir riscos. As histórias podem estimular nossos "espíritos animais" ou coibi-los.

Em visita ao Japão para ministrar palestras, fiquei impressionado com o impacto positivo que as histórias relacionadas à economia tiveram sobre o comportamento e a forma de pensar das pessoas; e também com a fragilidade dessas mudanças. Desde que o primeiro-ministro do país, Shinzo Abe, tomou posse em dezembro de 2012 e lançou seu programa de estímulos monetários e fiscais e de reformas estruturais, o impacto na confiança japonesa foi profundo. De acordo com o Fundo Monetário Internacional (FMI), o hiato do produto - a diferença entre o Produto Interno Bruto (PIB) potencial e o real - encolheu de -3,6%, em 2011, para -0,9%, em 2013¹.

A maior parte do resto do mundo carece de uma narrativa de mudanças positivas - abrangente e de fácil compreensão - como a do "Abenomics" do Japão. O hiato do produto das principais economias avançadas do mundo, pelos cálculos do FMI, continuou em nível decepcionante em 2013, de -3,2%. Avançou menos da metade do caminho rumo à normalidade desde 2009, pior ano da crise financeira mundial, quando o hiato estava em -5,3%.

Parecemos estar à mercê de nossas narrativas. Desde 2009, a maioria de nós espera por alguma história que faça nossos corações arderem com esperança e confiança - e que revigore nossas economias.

Vejamos a história da onda de expansão imobiliária nos Estados Unidos e outros países na primeira metade da década de 2000. Não se tratava da história de uma "bolha", mas de uma história de triunfo da iniciativa capitalista em um novo milênio.

A história foi tão poderosa porque um grande número de pessoas estava psicologicamente - e financeiramente - envolvido nelas. A maioria das famílias era dona de uma casa, portanto, automaticamente participava dessa onda. E muitos proprietários, ávidos por participar ainda mais da onda e sentindo-se como capitalistas de grande visão, compraram residências mais caras do que normalmente comprariam.

Com o fim da onda em 2006, a história de estímulo ao ego acabou. Não éramos, afinal, gênios dos investimentos. Era só uma bolha, como acabamos por descobrir. A confiança em nós mesmos e em nosso futuro, foi abalada, desencorajando a assunção de riscos.

Então, veio a crise financeira, assustando o mundo inteiro. A história de riquezas e oportunidades tornou-se uma de firmas de créditos imobiliários corruptas, instituições financeiras alavancadas em excesso, especialistas de poucas luzes e órgãos reguladores aliciados pelo setor privado. A economia cambaleava como um navio sem leme; e os sagazes operadores que haviam nos ludibriado e convencido a entrar a bordo - podem chamá-los de "o 1%" - abandonavam o navio nos únicos salva-vidas.

No início de 2009, a queda dos mercados acionários pelo mundo chegou a seu ponto mais baixo e o medo de uma depressão profunda, segundo a pesquisa de confiança do consumidor da Unniversity of Michigan², chegava a seu maior patamar desde a segunda crise do petróleo, no início dos anos 80. Histórias da Grande Depressão dos anos 30 eram recontadas, lembrando algumas de nossas memórias mais nebulosas - ou as de nossos pais e avós.

Para entender por que a recuperação da economia (se não a do mercado acionário) continua tão fraca desde 2009, precisamos identificar quais histórias vêm afetando a psicologia popular. Um exemplo é o rápido avanço dos smartphones e tablets. O iPhone, da Apple, foi lançado em 2007 e os telefones com o sistema Android, do Google, em 2008, logo quando a crise começava, sendo que a maior parte de seu crescimento ocorreu nos anos seguintes. O iPad, da Apple, foi lançado em 2010. Desde então, esses produtos entraram na consciência de quase todos; vemos pessoas usando-os por todos os lados - nas ruas, restaurantes, aeroportos e em saguões de hotéis.

Isso deveria representar uma história de impulso à confiança: tecnologias surpreendentes estavam surgindo; as vendas, decolando; e o empreendedorismo, são e salvo. Mas o efeito de impulso à confiança da onda imobiliária havia sido muito mais forte, porque ressoava diretamente em um número bem maior de pessoas. Desta vez, na verdade, a história dos smartphones/tablets veio associada a uma sensação incômoda, já que a riqueza gerada por esses aparelhos dá a impressão de estar concentrada em um pequeno número de empreendedores do setor de tecnologia, provavelmente vivendo em algum país distante.

Essas histórias despertam nossos medos de sermos sobrepujados pelos demais na escada econômica. E, agora, que nossos telefones conversam conosco (a Apple lançou o Siri, uma voz artificial que responde ao que falamos, em seus iPhones, em 2010), eles alimentam as apreensões de que possam vir a nos substituir, assim como as ondas anteriores de automação tornaram boa parte do capital humano obsoleto.

Tive o prazer de reunir-me com Abe nesta viagem. Ele conta, como seria de se esperar, uma história de ações agressivas e decisivas contra os males econômicos que assolavam o Japão há décadas. Ele inspira confiança; senti isso de imediato.

Abe também é descrito como tendo ressuscitado o patriotismo nacional e até o nacionalismo. Embora não tenha ouvido dele nada sobre o tema em meu encontro, acho que isso pode também ser parte importante dessa história. O nacionalismo, afinal, está intrinsecamente associado à identidade individual. Cria, para cada membro na nação, uma história sobre como ele ou ela pode fazer parte de um país bem-sucedido. Alguns dos passos mais controversos de Abe, como

visitar o santuário Yasukuni, mesmo com objeções da China e Coreia do Sul, apenas intensificam o impacto da história.

Ainda assim, não é fácil para líderes nacionais, mesmo aqueles com os talentos de Abe, administrarem essas histórias, assim como é difícil para produtores de filmes entregarem um grande sucesso a cada obra. Nenhum líder pode modelar, constantemente, narrativas que afetem a economia. Isso, no entanto, não elimina a necessidade de se tentar. **(Tradução de Sabino Ahumada)**

1 www.bit.ly/1pgiPsB

2 www.bit.ly/1gDEQwe