

Folha de S. Paulo, 8/6/92

Câmara setorial: o caminho da modernidade

Alencar Burti*

O alcance da primeira vitória obtida pela câmara setorial da indústria automobilística, que se refletiu no incremento das vendas de veículos em função direta da redução de preços negociada por todos os segmentos envolvidos, mostrou, de forma inequívoca, a importância e a responsabilidade que o setor privado passa a ter no âmbito dessa mesma câmara.

O fato marcou o fim de quase três décadas de decisões unilaterais emanadas do governo federal, que acreditava cegamente ser capaz de dizer aos empresários como eles deveriam conduzir seus negócios, por meio de instituições desligadas da modernidade como o CIP (Conselho Interministerial de Preços) e os GEPs (Grupos de Estudos de Pesquisa Setorial).

Dividir responsabilidades e democratizar o sistema têm sido traços positivos do governo Collor. Esses traços se consolidam de forma prática nas câmaras setoriais, uma boa idéia que ganha amplitude devido ao correto gerenciamento por parte das equipes do Ministério da Economia e da Secretaria de Economia.

Os resultados altamente benéficos para a sociedade, originados pelo primeiro acordo setorial de preços a ser posto em prática – um privilégio e uma demonstração de maturidade do parque automotivo –, só fazem aumentar a responsabilidade do setor e devem gerar efeito multiplicador.

Cabe agora a todos os participantes da câmara setorial não apenas manter íntegros os princípios que orientaram esse primeiro acordo.

É essa a oportunidade ideal para o empresariado acabar com a dicotomia – absurda no mundo moderno – que causava e ainda causa o divórcio entre o Estado e a iniciativa privada.

A câmara setorial não busca a liberdade irresponsável de preços, nem permite o ressurgimento de um estatismo míope, capaz apenas de inchar a máquina estatal que, além de superada, extrapola suas funções básicas, como educação, saúde, segurança, e a arbitragem das relações econômicas nas atividades internas.

As câmaras setoriais devem ser olhadas através de um prisma amplo e não sob a visão estreita dos objetivos mesquinhos ou dos interesses individuais. Elas garantem a igualdade nos direitos de defesa de todos os envolvidos. E requerem um misto de pragmatismo e – por que não? – de patriotismo, conjugados numa perspectiva de longo

alcance que poderá garantir o papel histórico que lhes está reservado.

Mas a busca desse consenso implica, ao contrário do que se imagina, o sacrifício de margens dos participantes, o que representará um investimento de médio prazo. Será preciso procurar a convergência de interesses e, por meio dela, as soluções para os problemas de cada setor envolvido.

Essa deverá ser a visão das câmaras setoriais a partir das bases, representadas pelos trabalhadores, fabricantes de matérias-primas e componentes, pela indústria final, pelo governo e pelos distribuidores, que em última instância devem ter como objetivo defender o interesse do consumidor.

Dizer que a distribuição deve brigar pelo consumidor não significa apelar para a benemerência, mas sim para a sobrevivência do próprio setor, que dele depende fundamentalmente.

Mas o consumidor só será realmente defendido em seus interesses na medida em que todas as ações da câmara setorial forem adotadas com total transparência, sem receio de reivindicar ganhos legítimos, mas também sem medo de exigir uma contribuição justa para um Estado justo, com impostos legítimos, no qual reformas tributárias não representem somente ajustes de caixa para o governo, prática que gera descrédito e reações negativas por parte de todas as camadas que compõem a sociedade.

Para essa finalidade é que todos os participantes devem preservar a existência das câmaras setoriais e prepará-las para um futuro próximo, no qual sua presença seja cada vez mais marcante e mais comprometida com as práticas em vigor no Primeiro Mundo.

Essa é uma exigência da moderna economia de mercado, feita em nome da transparência que deve presidir as relações de interesse que possam interferir direta ou indiretamente na vida do consumidor. É preciso sempre ter em mente que os atos do empresariado, especialmente os do ramo de distribuição, estarão sempre sob a análise e o julgamento desse público, que dia-a-dia se torna mais cômico de seus direitos.

***Alencar Burti**, 63, é empresário e presidente da Federação Nacional das Distribuidoras de Veículos Automotores (Fenabrave)