

## Os Republicanos e o protecionismo americano

Gustavo H. B. Franco

Uma interpretação simples para o virtual e surpreendente empate entre Bush e Gore é a indiferença. Afinal, menos da metade dos americanos sequer se apresentou para votar, e mais uma vez ficou patente a falta de nitidez quanto à personalidade dos candidatos e de seus partidos. Note-se que o fenômeno não é apenas americano, pois também na Europa já se diz a mesma coisa sobre oposição e situação, especialmente depois das expectativas frustradas pelo que, tempos atrás, foi chamado de “onda rosa” ou “terceira via”.

Mas a despeito convergência sobre grandes temas, existem algumas importantes diferenças entre democratas e republicanos que podem nos afetar de forma muito concreta. No plano comercial, por exemplo, deve ficar claro que os republicanos são bem mais genuinamente liberais que seus adversários. Na verdade, temos aí uma pista para se explicar o aparentemente paradoxal “insucesso” democrata em eleger facilmente Gore, como bem apontou Sergio Abranches, meu sócio neste espaço, na semana passada. A teoria é simples: os democratas não se tornaram proprietários do portentoso desempenho da economia porque os americanos entenderam que as razões do sucesso são políticas de governo, ou melhor, “não políticas” caracteristicamente republicanas. Assim sendo, e paradoxalmente, Bush pode ser visto como alguém tão comprometido com “isso que aí está” quanto o próprio Gore.

Mas se para as grandes linhas da economia nada deve mudar numa administração republicana, em algumas questões atinentes ao Brasil podemos ter novidades. No plano comercial, por exemplo, o leitor pode já ter ouvido de um exportador brasileiro, ou do Ministro Pratini de Moraes, que é neste terreno que os americanos menos praticam aquilo que pregam. Os democratas sempre foram muito mais protecionistas que os republicanos, e tem sido interessante a ginástica deles para justificar alguns absurdos perpetrados contra as exportações brasileiras.

O fenômeno interessante a apontar, neste domínio, é que o protecionismo americano foi buscar no “politicamente correto” um conjunto de pretextos para recobrar uma legitimidade que perdeu diante da própria opinião pública americana. Assim sendo, de uns tempos para cá, começaram a proliferar alegações que tal produto, de determinado país, deve ser gravado por uma sobretaxa porque foi feito mediante degradação do meio ambiente ou fabricado conforme “padrões trabalhistas”, ou de saúde pública, inferiores aos aceitáveis. A celulose brasileira, por exemplo, pode não obter um “selo ambiental” emitido por uma ONG financiada pelos produtores norte-americanos. O mesmo pode ocorrer com produtos de uma cooperativa nordestina que, na ausência de um mecanismo de “certificação” não inteiramente imparcial, acabam tendo o tratamento destinado às mercadorias feitas através de trabalho infantil.

Mas além das restrições alfandegárias, existe também o patrulhamento sobre o consumidor. Na loja de uma grande universidade de Califórnia, por exemplo, as camisetas trazem uma etiqueta onde se lê “social awearness”, que se pronuncia da mesma forma que “social awareness”, consciência social. “Wear” significa usar (uma roupa), e “awearness” um neologismo muito bem urdido. Embaixo do título pode-se ler o seguinte: “Esta roupa foi feita nos EUA numa fábrica que foi aleatoriamente auditada pelo menos quatro vezes a cada ano por um consultor independente a fim de assegurar a completa obediência dos Códigos de Trabalho e Saúde dos EUA”. Pergunta: o que faria um consumidor californiano, politicamente correto até a medula, se visse uma peça parecida ao lado, por preço inferior, mas com uma etiquetinha “made in Brazil” sem nenhum desses “enfeites”?

O uso da diplomacia, e mesmo da política comercial, para a defesa do meio ambiente ou para a repressão ao trabalho infantil, é altamente meritório. Mas o uso dessas causas para fins protecionistas é uma hipocrisia que teve seu momento de glória nos protestos de Seattle e que os republicanos, felizmente, não devem dar continuidade.