Os estudantes universitários que pretendem trabalhar na área empresarial licenciam-se frequentemente em Economia, mas poucos acreditam que irão utilizar o que ouvem nas salas de aula. Esses estudantes compreendem uma verdade fundamental: o que aprendem nas aulas de economia não os vai ajudar a gerir uma empresa.

O contrário também se verifica: o que as pessoas aprendem ao gerirem uma empresa não

irá ajudá-las na formulação de políticas económicas. Um país não é uma grande empresa. Os hábitos mentais que fazem de alguém um grande líder de uma empresa não são, por norma, os mesmos que fazem de alguém um grande analista económico; um executivo que tenha gerado mil milhões de dólares raramente é a pessoa ideal a quem pedir conselhos sobre uma economia de seis mil milhões de dólares.

Porque é que isto deve ser sublinhado? Afinal de contas, nem os empresários nem os economistas costumam ser grandes poetas, mas e depois? Ainda assim, muitas pessoas (onde se incluem os próprios empresários não menos bem-sucedidos) acreditam que alguém que tenha feito fortuna pessoal saberá como tornar

mais próspero todo um país. Na verdade, os conselhos deste tipo de pessoas costumam ser desastrosamente falaciosos.

Não quero com isto dizer que os empresários são burros ou que os economistas são particularmente inteligentes. Pelo contrário: se os 100 executivos de topo do mundo empresarial dos EUA se juntassem aos 100 principais economistas, o menos brilhante do primeiro grupo iria provavelmente ofuscar o mais notável do segundo grupo. O que defendo é que o estilo de pensamento necessário para fazer análise económica é muito diferente daquele que leva ao sucesso nos negócios. Ao entendermos esta diferença, conseguimos começar a compreender o que significa fazer boa análise económica e talvez até ajudar alguns empresários a

tornarem-se nos grandes economistas que os seus intelectos decerto lhes permitirão ser.

Começo com dois exemplos de questões económicas que percebi que os executivos geralmente não compreendem: em primeiro lugar, a relação entre as exportações e a criação de emprego e, em segundo lugar, a relação entre o investimento estrangeiro e a balança comercial. Ambas as questões envolvem o comércio internacional – em parte, por ser a área que conheço melhor, mas também porque é uma área na qual os empresários parecem ter particular propensão a fazer falsas analogias entre países e empresas.

O QUE COMPETE A UM PRESIDENTE FAZER?

Numa sociedade que respeita o sucesso empresarial, os líderes políticos irão inevitavelmente – e acertadamente – procurar os conselhos de líderes empresariais sobre diversas questões, em particular naquelas que envolvem dinheiro. Aquilo que podemos pedir é que os conselheiros tenham uma noção correta daquilo que o sucesso empresarial ensina, e não ensina, sobre política económica.

Em 1930, à medida que o mundo mergulhava numa depressão económica, John Maynard

Keynes apelou a uma forte expansão monetária para aliviar a crise e defendeu uma política baseada na análise económica, em vez de alicerçada nas opiniões de banqueiros comprometidos com o padrão-ouro ou de industriais que queriam aumentar os preços restringindo a produção. «Porque – embora ninguém vá acreditar nisso – a economia é um tema técnico e difícil.»* Se os seus conselhos tivessem sido seguidos, as piores devastações da Grande Depressão poderiam ter sido evitadas.

Keynes estava certo: a economia é um tema técnico e difícil. Não é mais difícil ser-se um

* Em «The Great Slump of 1930», reimpresso em *Essays in Persuasion* (Nova Iorque: Norton, 1963) [publicado em Portugal pela Almedina, em 2019, sob o título *Ensaios em Persuasão*].

bom economista do que ser-se um bom dirigente empresarial (na verdade, é provavelmente mais fácil porque a concorrência é menos intensa). Contudo, economia e empresas não são o mesmo tema, e o domínio de um não assegura a compreensão, e muito menos o domínio, do outro. Um líder empresarial bem-sucedido não tem mais probabilidades de ser um especialista em economia do que em estratégia militar.

Da próxima vez que ouvir empresários a propagandearem as suas opiniões sobre a economia, pergunte-se: terão eles investido tempo a estudar este tema? Terão lido o que escreveram os especialistas? Se não tiver sido o caso, não importa quão bem-sucedidos foram nos negócios. Ignore-os, porque provavelmente não fazem ideia do que estão a falar.