

Consumid, consumid, malditos ricos...

Después de años de consumir en exceso y por encima de nuestras posibilidades, de repente nos hemos puesto a practicar la virtud de ahorrar y a disminuir el consumo. Pero el remedio puede ser peor que la enfermedad, porque aun la mejor virtud, practicada a destiempo y en exceso, puede convertirse en el peor vicio y fuente de males sociales. Eso es lo que parece estar ocurriendo con el consumo en España.

Para no deprimirlos más, les ahorro el mencionar la evolución de los datos sobre la caída del consumo de bienes duraderos (coches, televisores, casas...), el desplome de la producción industrial, el hundimiento del índice de confianza de los consumidores y de los empresarios, la continuidad de la sequía de crédito... Se puede resumir diciendo que todo recuerda a 1993. Hasta la reducción de la inflación se parece más a un problema que a una buena noticia. Y hasta es posible también que la sequía de crédito no sea tal, sino falta de demanda solvente de crédito. El diagnóstico es claro: no estamos ante un problema de oferta —es decir, de escasez de productos y de precios elevados—, estamos ante un grave problema de falta de demanda.

Es un círculo vicioso. Como todo el mundo reduce su consumo a la vez, las empresas se encuentran con que cae en picado la demanda de sus productos. Esto, a



ANTÓN COSTAS

Montilla pidió a los ricos que consuman para ser solidarios con los que temen perder el empleo. Ojalá le hagan caso

su vez, lleva a las empresas y a los comerciantes a despedir a sus empleados y a bajar precios para intentar vender lo que ya está producido. Los despidos aumentan el paro, éste disminuye la renta de las familias, que, por su parte, reaccionan reduciendo su consumo de bienes y servicios... y vuelta a empezar. Un círculo vicioso que lleva a la economía al borde del precipicio de una recesión profunda con deflación (caída brusca) de precios. Todo ello provocado por una repentina anorexia de consumo.

¿Cómo se convence a un ano-

rético de que no deje de comer? Lo mismo que le ocurre a la medicina tradicional, la economía no sabe cómo enfrentarse a este problema. ¿Por qué nos sentimos tan confiados y eufóricos en algunos momentos y tan pesimistas y desconfiados en otros? Los economistas no tenemos explicaciones para estos cambios bruscos de humor. La respuesta está en la psicología social.

Lo mejor es evitar caer en ese precipicio. La política económica nos dice que hay tres maneras de influir en el consumo. La primera es utilizar los instrumentos macroeconómicos para aumentar las posibilidades de las personas, mediante una política monetaria expansiva que abarate los tipos de interés y anime a la gente a comprar, o de una política fiscal que reduzca impuestos como el IVA y que abarate los precios de los productos para los consumidores. La segunda es utilizar la psicología para tratar de influir en las preferencias por el consumo. En este caso se utiliza la persuasión moral. La tercera consiste en utilizar la política para imponer a alguien la obligación de consumir. Hacer del consumo una obligación política.

La vía de la economía es la que utilizó el Banco Central Europeo la semana pasada al bajar sus tipos de interés 0,75 puntos. O la del Gobierno británico de Gordon Brown al bajar el IVA. Pero no está claro que los instrumen-

tos macroeconómicos sean una vía eficaz en estos momentos en los que la gente, especialmente las clases medias, están bajo el shock de la recesión y el miedo al futuro. Dado que la vivienda es el calcetín de la riqueza de la clase media, la caída de precios ha tenido un efecto depresivo, que irá desapareciendo poco a poco.

La segunda vía es la de la psicología. Se trata de convencer a la gente de que consumir es un deber moral en este momento. Pero el altruismo, como el buen vino, es un lujo que sólo pueden permitirse los ricos. Por tanto, se trataría de imponer a los ricos el deber moral de consumir: consumid, consumid, malditos ricos...

Algo así intentó el presidente Montilla en el Parlament hace dos semanas: les vino a decir a los ricos y acomodados catalanes que consumir es la forma de manifestar solidaridad con los que temen perder el empleo. Ojalá le hagan caso.

Por cierto, no es nada nuevo el defender la función social del consumo de los ricos. Lo hizo de forma brillante Bernard de Mandeville en 1714, en su conocida obra *La fábula de las abejas*, o como los vicios privados se convierten en virtudes públicas. Mandeville hablaba del lujo improductivo de los zánganos de la corte de aquellos tiempos. Montilla se refiere al consumo productivo de las clases medias. Nada que ver.

Dado que no se puede confiar

en la eficacia de los instrumentos macroeconómicos ni en el altruismo de los ricos, nos queda la política. Es decir, imponer la obligación de consumir para mantener la producción y el empleo. Pero ¿a quién imponérsela? A los poderes públicos.

El Estado interventor moderno, la economía mixta, es el sistema de reaseguro mutuo más importante se haya inventado jamás. El mejor sistema para ejercer la solidaridad y el altruismo. Y ahora es el momento de utilizarlo mediante programas masivos de gasto público en iniciativas que mantengan y generen nuevos empleos. El Gobierno de Rodríguez Zapatero ha decidido hacerlo. Pienso que es un buen camino.

No se me escapa que aun cuando los gastos públicos persigan los objetivos humanos más elevados, eso no garantiza que no se despilfarren. Como ha dicho Paul Samuelson, con el gasto público a los gobiernos les suele pasar lo que a Casanova, que demasiadas veces no saben cuándo hay que parar.

Pero en el momento que vivimos estamos obligados a elegir entre el cólera del desempleo y la depresión o la malaria del déficit público. Posiblemente todos deseáramos otro tipo de elección. Pero eso es lo que hay.

Antón Costas es catedrático de Política Económica de la UB.