

ESTRANHA POUPANÇA

Luiz Carlos Bresser-Pereira

Folha de S. Paulo, 20.01.1981

O governo federal iniciou através de cerca de 400 jornais, estações de rádio e de televisão uma custosa campanha de propaganda para aumentar a poupança. Através de uma série de anúncios pretende-se convencer os 19% mais ricos da população que detêm 75% da renda nacional a poupar mais.

Essa campanha, entretanto, nasce sob a égide de varias contradições, a primeira delas sendo seu próprio custo: o orçamento da campanha está próximo de Cr\$1 bilhão E o desperdício para promover a parcimônia.

Na verdade a campanha é muito discutível do ponto de vista publicitário e absolutamente insustentável do ponto de vista econômico. Só se explica se seus objetivos forem outros que não o aumento da poupança.

Do ponto de vista publicitário é pouco provável que uma série de anúncios, cuja qualidade prefiro deixar em suspenso, terão o condão de, subitamente, convencer a classe média e a classe alta a poupar mais. Especialmente quando essa propaganda, apesar de todo seu custo, perde-se em meio a uma imensa massa de anúncios e comerciais visando exatamente o oposto: estimular o consumo. No plano publicitário: a campanha da poupança provavelmente está destinada a reeditar o lamentável fracasso da “campanha da pechincha” promovida pelo governo anterior.

Mas é no plano econômico que a campanha é incompreensível. Nesta área é preciso distinguir dois níveis: o da poupança pessoal e o da poupança macroeconômica. Ambos acabam se fundindo no final mas faz parte do abc da teoria econômica que a taxa de poupança macroeconômica não é igual a somatória das intenções de poupanças individuais.

Em relação à poupança pessoal, muito mais eficiente do que uma campanha de propaganda é, de um lado, a garantia de taxas de juros adequadas aos aplicadores e, de

outro, o aumento dos impostos sobre bens de luxo e sobre a renda dos mais ricos. A garantia de taxas de juros adequadas foi recentemente concedida. Na verdade exagerou-se nesse campo, tornando as taxas de juros excessivamente atraentes para os rentistas que nada produzem e extorsivas para os investidores. Quanto á reforma tributária, nada foi feito, nem há perspectivas nesse sentido.

Em relação à taxa de poupança macroeconômica (investimento total sobre a renda), essa é função das decisões de investir das empresas e do Estado, e não da poupança pessoal (que só seria um limite para a capacidade de investimento quando toda a capacidade ociosa fosse eliminada da economia). A taxa de poupança macroeconômica é a variável fundamental. Se ela caiu de 25 para 18% da renda, como nos informa o primeiro anúncio da campanha, é porque diminuíram os investimentos nestes últimos anos. Ora, a política recessiva do governo, iniciada em novembro de 1980, não conduz a outra coisa senão à redução ainda maior dos investimentos. Como falar então em aumento da poupança?

Decididamente, é preciso encontrar outras motivações para explicar essa estranha campanha de propaganda governamental.(20/01)