

Lolita, Andy Warhol e o protecionismo

JOSÉ ALEXANDRE SCHEINKMAN

O dropes Life Savers, conhecido no Brasil como Salva-Vidas, é um verdadeiro ícone americano. Quando Humbert Humbert, o narrador de "Lolita", recorda a sua viagem pela América profunda, ele escreve: "Passamos e repassamos toda a gama de restaurantes de beira de estrada, desde os mais ordinários, com suas cabeças de veado empalhadas (...), contas espetadas no balcão, Life Savers, óculos escuros, as visões de um publicitário de sundaes divinos, metade de um bolo de chocolate sob uma redoma de vidro...". O artista plástico Andy Warhol usou o Life Savers, assim como o Pato Donald e Judy Garland, a atriz do filme "O Mágico de Oz", como símbolos da infância "all-American".

Mas, hoje, se você compra um tubo de Life Savers no EUA, vê escrito "Product of Canada". O dropes foi criado em Cleveland, no Meio-Oeste americano, em 1912, mas em 2002 a sua última fábrica nos Estados Unidos fechou, e a produção foi transferida para Montréal, no Canadá. A razão foi simples. Cada Life Savers é 95% açúcar. A combinação de cotas e tarifas que protege os produtores de beterraba e cana faz o preço interno do açúcar nos EUA superar substancialmente o preço internacional. No mês passado, o "New York Times" noticiou que o preço do açúcar nos EUA era quase duas vezes o preço no Canadá, onde a importação é muito mais livre. Como as balas não se beneficiam da mesma proteção, é mais barato fabricá-las no Canadá e exportá-las para os EUA. A proteção ao açúcar desprotege a indústria de balas, e o fabricante do Life Savers é só um dos muitos produtores de doce que mudaram para o outro lado da fronteira.

Esse exemplo deve ser lembrado toda vez que alguém propõe tarifas para proteger um produto. Se for um bem de consumo, são os consumidores que perdem -eles são taxados para sustentar os trabalhadores e principalmente os investidores no setor resguardado. Se o produto protegido serve de insumo para um outro bem, esse bem sofrerá um aumento de custo, e o país perde competitividade na sua produção. Estima-se que o custo da proteção ao açúcar exceda US\$ 30 mil anuais por pessoa empregada no setor. Como é que um produto que gera apenas 1% da receita agrícola no país consegue tal benefício, que ainda mais causa a exportação de empregos em outras indústrias? Todos os políticos americanos que apóiam a proteção dizem que o fazem para defender o interesse nacional, mas uma observação pertinente é que, entre os lobbies agrícolas, os produtores de açúcar são os maiores doadores para as campanhas eleitorais. O seu poder é tamanho que agora põe em perigo a aprovação do acordo de livre comércio com a América Central, porque esse tratado permitiria aos países da região exportar o equivalente a 1% do consumo de açúcar nos EUA.

No Brasil, não é diferente. A abertura, ainda que limitada, do começo dos anos 90 indicou quanto o país pode se beneficiar de um menor protecionismo. Trabalho de Marcos Lisboa, Naércio Menezes-Filho e Adriana Schor, que examinou o comportamento de 1.700 firmas brasileiras, mostrou que a redução das tarifas de

importação de insumos e bens de capital foi a principal responsável pelos ganhos de produtividade dessas firmas no período 1988-1999. Apesar disso, ainda temos um grau de proteção excessivo em muitos setores. No momento em que a imprensa revela escândalos relacionados ao financiamento de campanhas eleitorais, seria interessante conhecermos quem são os políticos que se beneficiam de doações dos lobbies protecionistas.