

Banco estima que campanha deve movimentar R\$ 4 bilhões

ESTADO DE SÃO PAULO

Projeção do Bicbanco avalia que aprovação da reeleição antecipou gastos de candidatos

NILTON HORITA

A nova dinâmica do processo político, ditada pela aprovação da reeleição, está provocando reavaliações das projeções econômicas de alguns bancos. Os analistas acreditam que, na prática, a reeleição antecipou a campanha. A perspectiva é de gastos prolongados, especialmente por parte dos atuais governadores, o que pode significar, também, aumento do volume de investimento.

O Departamento Econômico do Bicbanco estima um incremento de 0,5% no PIB, ou seja, a economia vai rodar mais R\$ 4 bilhões por conta das eleições. O crescimento da demanda agregada poderá despertar novas expectativas do sistema financeiro sobre os rumos da política monetária do governo. Não

é descartada, por exemplo, a possibilidade de o Banco Central manter a linha conservadora em relação à queda da taxa de juros.

A elevação dos gastos de campanha por causa da reeleição provoca a expectativa de aumento da demanda e, portanto, do nível de atividade econômica, o que poderá trazer efeitos sobre a balança comercial e os indicadores de base monetária. O secretário de Política Econômica do Ministério da Fazenda, José Roberto Mendonça de Barros, garante, porém, que o processo eleitoral não implicará em alteração na política econômica.

O fato, porém, é que os bancos já começam a buscar informações sobre o planejamento das campa-

nhas. Os dados coletados indicam que os políticos se lançarão à caça de votos com apetite e já planejam os gastos de campanha. Para se ter uma idéia, o ex-governador Luiz Antônio Fleury Filho e o ex-deputado Gastone Righi, dois dos principais candidatos do PTB paulista à Câmara, estimam gastos em torno de R\$ 4 milhões cada. Candidatos considerados médios estão contabilizando gastos da ordem de R\$ 1 milhão.

As principais candidaturas no Nordeste trabalham com valores na faixa de R\$ 1 milhão, para garantir uma vaga na Câ-

mara. Inferior ao custo de uma campanha rica em São Paulo, mas grande o suficiente para estimular as economias locais.



POLÍTICA
ECONÔMICA
NÃO MUDA, DIZ
SECRETÁRIO