

(novos, segundo a nomenclatura campista, pois, segundo a antiga, seriam mais de 76 bilhões); suas vendas haviam atingido a 4,2 bilhões de cruzeiros, superior às de 1970 em 41,6%; seu capital social elevara-se, no exercício, de mais de 468 milhões para cerca de 658 milhões de cruzeiros. Pois essa potência estava empreendendo singular mudança em sua linha: de pioneira, no Brasil, do carro barato, o carro popular, como o nome indicava, passava à produção de carros de maior preço, forçada pelo mercado. Era outra deformação: um mercado estreito, mantido por uma faixa de alto poder aquisitivo, reduzido numericamente, contrastando com a diretriz de uma empresa que se especializara em produzir para mercados amplos, numericamente extensos, de fraco poder aquisitivo.<sup>125</sup> Era aquele fenômeno que um senador, apesar de tudo, proclamava como sendo o dos “automóveis de ouro para um povo descalço”.<sup>126</sup>

O mercado interno fora trabalhado intensamente, de forma a alimentar uma produção automobilística crescente: não lhe faltara, quando necessário, o capital de giro; o endividamento das camadas médias fora levado ao máximo limite; os financiamentos foram ampliados. Pois, apesar de tudo, a saturação ameaçou o sucesso esplendoroso do empreendimento; as liquidações começaram a aparecer, denunciando um mercado interno em perigosa situação.<sup>127</sup> Para a indústria estrangeira instalada no Brasil, entretanto, isso não constitui problema, pela natureza mesma do “modelo brasileiro de desenvolvimento”. A saída estava na exportação. O presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automóveis declarava, com entusiasmo: “A indústria automobilística brasileira já está sensibilizada para as metas de exportação e em condições de atender a demanda de novos mercados na América Latina e outros continentes”.<sup>128</sup> Mencionava, naturalmente, como certos “os esforços conjugados das fábricas e das agências governamentais, em busca de novos campos para

<sup>125</sup> “Volkswagen quer crescer em faixas de rendas mais altas”, in *Jornal do Brasil*, Rio, 11 de junho de 1972.

<sup>126</sup> Mauro Ribeiro: “Ouro ao bandido”, in *Correio da Manhã*, Rio, 4 de agosto de 1972.

<sup>127</sup> “Primeira liquidação total de veículos, anuncia um concessionário. Uma quinzena de loucuras, garante outro. O terceiro recorre às imagens da família: o primo Rossi não é um primo, é um pai. A técnica de queimar estoques, comum no comércio de calçados ou tecidos, é usada para salvar automóveis zero quilômetro. Os apelos de vendas oferecem financiamentos em 40 meses, quase sem juros, sem entrada, o carro velho servindo como parte principal do pagamento. A safra de atrações é tão grande que praticamente assegura um carro novo, maior e mais confortável, a preço relativo, menor do que um usado, pequeno e de reduzida potência”. (“Liquidação é recurso para salvar estoques de automóveis zero km”, in *Jornal do Brasil*, Rio, 31 de julho de 1972).

<sup>128</sup> *Jornal do Brasil*, Rio, 31 de março de 1972.