



ARIOSTO TEIXEIRA

O encantador de serpentes

FHC - Discurso

O pronunciamento do presidente Fernando Henrique Cardoso, no meio da tarde de ontem, foi acompanhado com indiferença pelos atores do mercado financeiro. Isto é, ao contrário do que se esperaria no dia seguinte a uma eleição presidencial, a declaração do Presidente reeleito não causou apreensão capaz de fazer subir ou descer o valor das ações. O que continuou a determinar o comportamento das bolsas foi a evolução da crise internacional e o seu impacto sobre o sensível pregão da bolsa de Nova York, e não a uma suposta frustração com a demora do programa de ajuste fiscal. Não era este, aliás, o momento apropriado para o anúncio de medidas, mas a hora do vencedor reafirmar os compromissos da campanha.

Evidentemente que a desatenção do mercado, que passou a ser o termômetro da crise em toda parte, não deslustra nem diminui a importância do discurso presidencial. Falando de improviso, Fernando Henrique mostrou conhecimento e controle conceitual dos temas do Governo. E reafirmou o que tem sido a marca do seu Governo: não surpreenderá o País com paco-

tes para mudar a economia.

Embora tenha tratado basicamente da crise mundial e dos seus efeitos no Brasil, Fernando Henrique fez um discurso carregado de confiança e otimismo. Estas são, aliás, características da sua liderança, que se afirma pelo discurso persuasivo. Ao reafirmar a decisão de enfrentar "de uma só vez as opções e sacrifícios" necessários para que o País volte a crescer, ele encontrou argumentos para justificar o mau tempo econômico que vem por aí: "Tenho certeza de que, se fizermos o que é preciso fazer, sairemos mais fortes da crise e com um lugar e um papel de destaque na mesa de negociações da nova ordem econômica mundial".

Para os agentes do mercado, que trabalham com matéria concreta, e para a oposição, que baseou sua campanha na tese de que o País está à beira da falência, Fernando Henrique não fez, com as palavras de ontem, mais do que exercitar as suas virtudes de "encantador de serpentes" - conforme Delfim Netto o definiu em mais de uma ocasião. Essa capacidade na descrição, que o Presidente fez, dos "bons fundamentos" de uma economia que não tem ati-

vos sobrevalorizados, como era o caso dos países asiáticos, tem um sistema financeiro sadio, ao contrário da Rússia e do Japão, e tem um setor produtivo crescentemente mais eficiente e competitivo.

O desempenho do Presidente reeleito, todavia, se confirmou as suas qualidades de bom comunicador, ressaltou mais uma vez um pecado original do seu primeiro mandato: a comunicação social ineficiente. Fernando Henrique fez o discurso da vitória em meio a uma atmosfera de opinião que parece valorizar mais as performances do Zeca do PT, no Mato Grosso, do Zezéu, na Bahia, dos irmãos Jorge e Tião Viana, no Acre, e o aumento da bancada federal do PT de 50 para 54 deputados. Sua vitória no primeiro turno de uma eleição programada para dois parece menor retratada na mídia, da mesma forma que a eleição de mais 4 senadores pela esquerda ofusca o fato de que o PSDB passará de 63 deputados para uma bancada que pode chegar a 100.

A oposição, enfim, ficou do mesmo tamanho político. É verdade que ela aumentará sua bancada para 14 ou 15 senado-

res, mas em um plenário de 81 cadeiras inteiramente dominado pelos aliados de Fernando Henrique. O cenário na Câmara será semelhante. O Governo controlará mais de 400 das 513 cadeiras da Casa. Isso significa maioria para decidir, independentemente dos cento e poucos votos da oposição.

Sem desprezar as qualidades do governador eleito pelo PT no Acre, a verdade é que esse foi um feito regional limitado. O governador do Acre, ou mesmo o do Mato Grosso do Sul (que Zeca do PT vai disputar no segundo turno), ou ainda o de Brasília, que o PT poderá reeleger, tem rala, ou nenhuma, influência política nacional. Mas esse feito, ou alguns quase feitos (o PT disputará com chance o governo gaúcho ou quase passou para o segundo turno em São Paulo), trabalhados pelo marketing da oposição, consegue competir com a fortíssima e historicamente inédita vitória da tese da reeleição. Ponto para o marketing de quem consegue comunicar uma derrota como vitória.

E-mail:
ariosto@agestado.com.br