

Brasília, domingo, 31 de março de 1996 7

MARCOS COIMBRA

O que diz a voz do povo

Nos últimos dias, foram divulgadas duas pesquisas de opinião que constatavam um mesmo fenômeno: a popularidade do governo Fernando Henrique Cardoso não só está alta, como aumentou do fim de 95 para cá. Refiro-me a pesquisas do Ibope, de âmbito nacional, e do Datafolha, restrita à cidade de São Paulo. São diferentes na cobertura, na metodologia e nos procedimentos operacionais. São iguais, entanto, nas principais conclusões a que chegam.

Para aqueles que vêm acompanhando a evolução dos índices de popularidade do governo do presidente Fernando Henrique Cardoso desde o seu início, a primeira constatação — de que é largamente majoritária a proporção daqueles que o aprovam — não chega a ser surpreendente. Quanto à segunda, de elevação desses índices nos meses recentes, parece mais difícil de explicar. Dado que ainda não dispomos de séries para avaliar se é fenômeno passageiro ou consolidado, talvez seja melhor aguardar para comentá-lo.

Não é surpresa a alta popularidade porque sabemos de onde se origina. Desde, na verdade, julho/agosto de 94, quando ainda era candidato, até março de 95, o presidente Fernando Henrique Cardoso é aprovado pela maioria por dois motivos essenciais, não dissociados um do outro no imaginário popular: o Real e a pessoa que o “fez”.

É importante ter claro que são dois os motivos, mesmo que o segundo dependa, ainda, do primeiro. Não reconhecê-lo pode levar à interpretação, errônea, de que a população brasileira, em sua ampla maioria, aprova o presidente “apenas” porque está satisfeita com o Real.

Não é isso que as pesquisas de opinião vêm mostrando desde 94, mesmo quando detectam que a imagem de Fernando Henrique Cardoso está hoje, como sempre esteve, fortemente associada ao Real. Elas indicam que Fernando Henrique Cardoso, até porque é o “responsável” pelo Real, é aprovado, por muitos, também por seus atributos pessoais: é um político respeitável, sob diversos pontos de vista, capaz de pensar uma solução para a inflação brasileira e de implementá-la por prazo infinitamente maior que seus antecessores.

Assim, o Real, quer seja em si mesmo, quer seja pelo que revela a respeito de seu “criador”, é, simultaneamente, um fato e um símbolo. É o fato da inflação controlada, da previsibilidade, da estabilidade, do “sossego”. É o fato de haver um governante que o pensa e executa.

E, também, o símbolo de que outros problemas crônicos da população podem ser resolvidos, como a inflação, em grande medida, o foi. É a perspectiva de que a saúde, a educação, o emprego bem remunerado, sejam postos ao alcance da maioria. É o símbolo de “outras coisas” que esse governante pode fazer.

Há, no entanto, em que pesem observações tão positivas quanto as anteriores, questões da imagem do governo que preocupam. Não são os números da popularidade, pois, como sabemos, estes são elevados. São os conteúdos, por assim dizer, “emocionais” dos números. Dada a importância do Real na imagem do governo, mas lembrando que reconhecê-la não implica supor que esta só dependa dele, convém começar a falar de problemas discutindo os problemas de imagem do próprio Real.

Escapa aos limites destas notas uma discussão das condições de lançamento e das opções de política econômica que foram tomadas quando da implantação do Real. O que nos interessa é assinalar dois traços de sua imagem. O primeiro, é que permanece vivo, em amplas parcelas da opinião pública, um sentimento de que, mesmo com todas as suas virtudes, o Real nasceu sob o signo de remarcações abusivas de preços, ainda não inteiramente corrigidos, ao ver da população, com o passar do tempo.

O segundo é que, comparado ao Cruzado, o único outro exemplo de programa de estabilização que deixou memória, o Real pouco solicitou no início e continua a pouco solicitar da participação mais ativa da população. Não teve, até talvez porque não o desejaram seus formuladores, um discurso de mobilização, sem apelar para emoções e sentimentos e sem se revestir dos elementos de uma “cruzada cívica”. Poder-se-ia dizer que o Real interpelava os brasileiros principalmente enquanto consumidores, e não enquanto cidadãos.

Assim, de novo insistindo nos seus resultados obviamente positivos para a grande maioria da população, a imagem do Real ainda se associa a esses dois traços: possui uma “iniquidade” original e é “frio”. Ele fala à razão do indivíduo e não a seu coração, pedindo comparações e cálculos racionais, mas sem criar uma ideologia que o empolgue e mobilize.

Se tais observações são procedentes e considerando a forte relação entre as imagens do Real, do governo e do presidente, temos um problema. De um lado, porque teríamos uma visualização do governo e do presidente como que “em dívida” com a população, pois a “iniquidade” ainda estaria a exigir reparação. Isso se amplifica a partir de outra coisa que se disse acima, a expectativa de que, exatamente porque teve sucesso no combate à inflação, o governo Fernando Henrique Cardoso resolva outros problemas da população, como a saúde, a educação e o bom emprego. Enquanto não os resolve, sublinha-se tal “dívida”.

De outro lado, a relação algo “fria” da população com o Real, no plano emocional (mesmo que seja forte no plano racional), pode contaminar a relação que ela estabelece com o governo e o presidente.

Estes, neste raciocínio, seriam, portanto, aprovados com baixa empolgação, baixa mobilização e até, baixa adesão.

No limite, teríamos uma aprovação estritamente pragmática, dependente, para dar o exemplo inevitável, do preço do quilo de frango a menos de R\$ 1,00. Ou seja, uma aprovação assentada em uma idéia de eficácia, restrita à economia, por maior que seja a importância objetiva dela na vida das pessoas.

Isso, para o presidente e o governo que temos, é pouco. Fernando Henrique Cardoso, seus ministros e auxiliares, merecem e podem ter imagem maior, mais rica e mais forte, emocionalmente.

Nos três anos que restam a esta administração, e particularmente neste e no próximo, tal ampliação de imagem poderia ser empreendida. Seria tarefa fácil, dado o capital de credibilidade que a pessoa do presidente e sua maior realização, o Real, possuem.

Marcos Coimbra é diretor-presidente do instituto de pesquisas Vox Populi