

Eleição para distrital custará peso em ouro

Adriano de Sousa

O preço de uma cadeira na Câmara Legislativa nas próximas eleições vai oscilar entre dez mil dólares (cerca de CR\$ 2 milhões), para os candidatos considerados **programáticos**, e 500 mil dólares (quase CR\$ 1 bilhão), para os tidos como **pragmáticos**. A distinção com sabor de trocadilho é da lavra do deputado distrital Carlos Alberto (PPS), que é candidato à reeleição e espera gastar os mesmos dez mil dólares empenhados em 1990. Mais que uma fronteira ideológica, a distinção demarca o modelo de prática política e a profundidade do bolso de quem tentará a reeleição ou ensaiará o pulo do gato pela primeira vez. “Quanto mais à direita estiver o candidato, mais ele terá que gastar”, afirma Ricardo Penna, diretor de pesquisa da Soma Opinião e Mercado, autor da previsão sobre os gastos máximos de campanha.

Penna também é autor de uma curiosa tese para explicar a oscilação dos gastos de campanha. Segundo ele, a “rede eleitoral” é, na verdade, um arco que, para a direita, expande-se sempre no sentido comercial, com o saldo bancário do candidato determinando as chances de sucesso. Para a esquerda, o arco expande-se no sentido ideológico, com a força da militância empurrando para cima os políticos ditos progressistas ou que representam interesses corporativistas — os sindicatos, por exemplo. “Quem não tem essa base ideológica ou mesmo geográfica, vai precisar de muito

dinheiro para decolar”, explica Ricardo Penna.

A tese do diretor da Soma repete, com outras palavras, a distinção arranjada pelo deputado Carlos Alberto. O que Penna chama de “rede” é o esquema de cabos eleitorais, movidos a dinheiro ou ideologia, que compõem a estrutura de qualquer candidato. No caso dos **programáticos** prevalece o ardor da militância partidária ou sindical, a custo quase zero. Para os **pragmáticos**, porém, a tropa de choque funciona sob o signo do efeito cascata, no qual as mãos são molhadas em quantidade proporcional à importância do cabo eleitoral e das patentes mais rasas, que estão abaixo dele mas também querem levar o seu. “Em muitos aspectos, a eleição é um negócio onde todo mundo quer dar a sua bocada”, afirma Ricardo Penna.

Concorrência — Vista pelo prisma da ironia, a eleição pode ser considerada um bem, por melhorar a distribuição da renda. Mas para os atuais deputados distritais, a presença de candidatos empresários transforma o páreo eleitoral numa corrida do medo. Nos gabinetes da Câmara Legislativa, o nome que mais assusta é o de Luís Estêvão Martins de Oliveira, que não tem economizado esforços para fincar o seu nome nas regiões mais pobres do Distrito Federal, onde o figurino do clientelismo costuma vestir muitos descamisadados. Através da fundação, que tem o seu nome, o empresário distribui leite e outros benefícios, demarcando bases e amealhando apoios para a

disputa. Outros nomes tidos como certos — e imbatíveis — são os do presidente da Federação das Indústrias de Brasília (Fibra), Antonio Fábio Ribeiro, e o de Wigberto Tartucci.

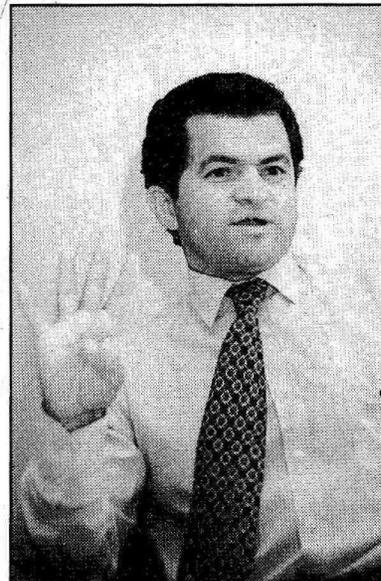
Os candidatos empresários tiraram de boa parte dos atuais deputados uma generosa fonte de financiamentos, deixando-os órfãos até na hora de pensar em dobradinhas. Exemplo sintomático é o deputado Manoel Andrade (PP), o Manoelzinho, que deve muito dos cinco mil e 600 votos obtidos em 1990 ao nome e à bolsa do empresário Osório Adriano, com quem fez dobradinha (o empresário disputou uma vaga na Câmara Federal). Manoelzinho prefere acreditar que teria sido eleito mesmo sem o suporte do empresário, graças ao que ele chama de “apoio dos amigos”, especialmente os taxistas, junto a quem diz ter 13 anos de trabalho como sindicalista.

Manoelzinho, que preside a Comissão e Justiça da Câmara Legislativa, diz que é candidato à reeleição e estima em 200 mil a 300 mil dólares o custo da nova campanha. Ele acredita que o candidato precisará imprimir pelo menos 20 mil camisetas, montar dez carros de som e distribuir santinhos, cartazes e outros brindes. O deputado afirma que custeou sua campanha — e o fará novamente na próxima — com a ajuda da militância e, num rasgo de entusiasmo que roça a demagogia, proclama: “Manoelzinho não pagou e nem pagará pelo voto de ninguém”.

FOTOS:IVALDO CAVALCANTE



Carlos Alberto crê na militância



Manoelzinho busca reeleição



Rose Mary teme presença de empresários e administradores regionais



Lúcia Carvalho: candidatos do PT vão fazer campanhas de baixo custo