

A campanha eleitoral ainda não chegou às ruas

CAIO SILVA

A segunda prévia eleitoral da Labor Pesquisas para o *Jornal de Brasília* deixa claro que as campanhas eleitorais ainda não chegaram ao eleitor. Apesar dos dias agitados e aflitos que devem estar vivendo todos os comitês eleitorais, preparando-se para uma eleição com poucos recursos financeiros e eleitores desacreditados dos políticos, a II Prévia Eleitoral *Jornal de Brasília-Labor Pesquisas* apresenta um quadro de preferências muito próximo aos resultados da primeira pesquisa, realizada na última semana de maio.

A novidade apresentada por esta nova medida é a primeira simulação dos resultados de um possível segundo turno entre os candidatos ao Buriti, feita entre os primeiros colocados apontados pela pesquisa.

Nesta simulação de um possível segundo turno e todas as pesquisas feitas até agora, apontando de que realmente haverá um segundo turno para eleição do novo governador do DF, vemos uma clara desvantagem do candidato do PT, Cristovam Buarque, que contaria apenas com seus próprios votos, sem conseguir "herdar" a preferên-

cia do candidato derrotado no primeiro turno. Em outras palavras, o eleitor de Valmir vota em Abadia, e o de Abadia vota em Valmir, caso esteja um deles disputando o segundo turno com o candidato do PT.

Porém, a hipótese mais provável é de um segundo turno entre Valmir Campelo e Maria de Lourdes Abadia e, nesta primeira simulação, a vantagem é do candidato apoiado pelo governador Roriz.

Outro dado de análise importante desta pesquisa é a diminuição do número de indecisos e o aumento dos que declararam que irão votar em branco ou anular o voto. Isto é, o primeiro movimento dos indecisos, após a confirmação das candidaturas, é de rejeitá-las, manifestando este desagrado anulando o voto ou deixando-o em branco. Está aí um desafio para todos os candidatos: por enquanto, o grande concorrente desta eleição é a vontade de se protestar contra os nomes colocados na disputa. Ganhar a confiança deste eleitor será a grande tarefa dos responsáveis pela condução da comunicação das campanhas deste ano.

Caio Silva é o coordenador de pesquisas da Labor Pesquisas.