

OS GENERAIS DO VOTO

Ana Beatriz Magno e
Denise Rothenburg
Da equipe do *Correio*

Estrategistas de todos os lados concordam que esta será a eleição do medo e da polarização. Efeito da reeleição. Antes, era fácil — todos batiam no governo, até os candidatos governistas. Agora, o governo tem de mostrar que é governo e sabe governar. Afinal, quer se reeleger.

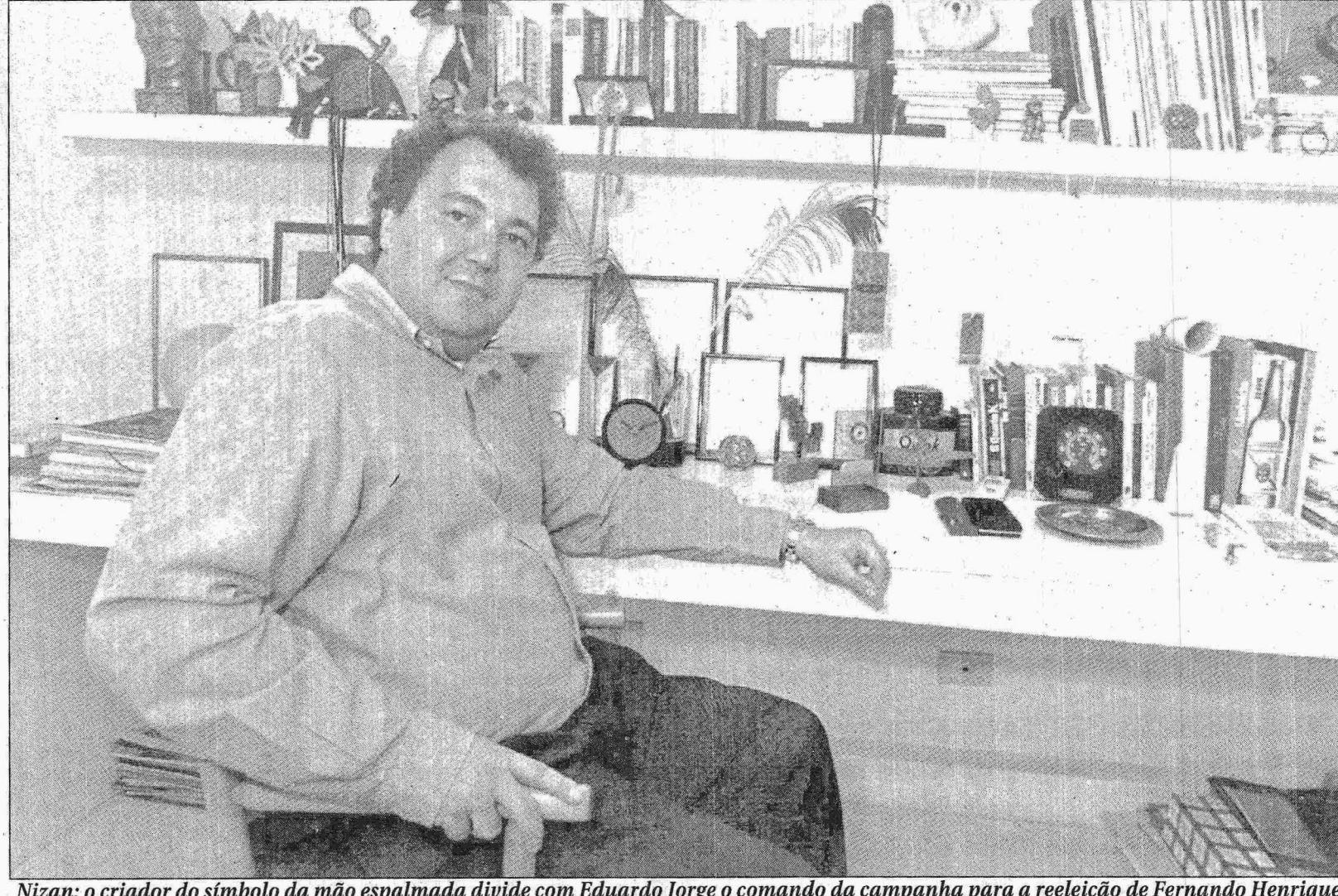
Na equipe de Fernando Henrique Cardoso, há o temor do fracasso de projetos em curso e de uma nova crise econômica mundial que abale a estabilidade do Real. Do lado da oposição, o medo do sucesso do presidente e a busca de dados sobre o governo, numa tentativa de detectar falhas capazes de derrubar os índices de popularidade de Fernando Henrique.

No quesito polarização, aqueles que trabalham para Fernando Henrique estão tranqüilos. Ele pode repetir a façanha de 1994 e vencer no primeiro turno, segundo as últimas pesquisas da *Vox Populi/Diários Associados*. Especialmente com Itamar Franco fora do páreo e o PMDB ao lado do presidente-candidato.

A questão é o outro pôlo — quem estará em condições de, ao menos, levar a campanha para um segundo turno? Os especialistas do governo não desistem o poder de sedução de Ciro Gomes, candidato do PPS, nem subestimam o PT de Luiz Inácio Lula da Silva.

Tentam evitá-lo “já ganhou” que dominou o PT em 1994 e, junto com os efeitos do Real, transformou Lula de franco-favorito a derrotado no primeiro turno. A seguir, os homens-fortes de cada campanha.

Nelson Almeida/AE



Nizan: o criador do símbolo da mão espalmada divide com Eduardo Jorge o comando da campanha para a reeleição de Fernando Henrique

Criando a estratégia para a reeleição

Os problemas de saúde do ministro das Comunicações, Sérgio Motta, puseram o secretário-executivo da Presidência, Eduardo Jorge Caldas (foto à esquerda), na situação de número um do presidente na campanha pela reeleição. Eduardo Jorge dividirá o topo da campanha com Nizan Guanaes, publicitário da DM-9 que ocupou o posto de marqueteiro do presidente depois da morte do sócio Geraldo Walter.

Geraldo, como era conhecido entre amigos, monitorava dados do governo junto com Eduardo Jorge desde a aprovação da emenda da reeleição. Seu trabalho principal era identificar fa-

lhas na comunicação das realizações da administração Fernando Henrique. Hoje, este trabalho foi repassado a Nizan.

De um micro-computador instalado em seu gabinete, Eduardo Jorge comanda todos os atos e números do governo. Tem ainda a relação completa das indicações partidárias de cada cargo no Executivo. E, com a saída do ministro da Articulação Política, Luiz Carlos Santos — e a extinção da pasta, na próxima semana — reinará absoluto nesta função.

Eduardo Jorge estuda cada detalhe do governo desde a posse. É ele quem recebe as pesquisas de desempenho preparadas por Antônio Lavareda, da MCI, empresa que trabalhou para o presidente na campanha de 1994. Em meados do ano passado, Geraldão, Lavareda e Eduardo Jorge alertaram o presidente sobre a falta de um discurso do governo para as áreas de segurança e saúde.

Para fazer parceria com esse grupo, o presidente já escalou também o jornalista Antônio Mar-

tins, o mesmo que, em 1994, pilotou os spots do candidato Fernando Henrique no horário eleitoral de rádio. Hoje, Martins coordena as gravações do programa *Palavra do Presidente*.

TITANIC

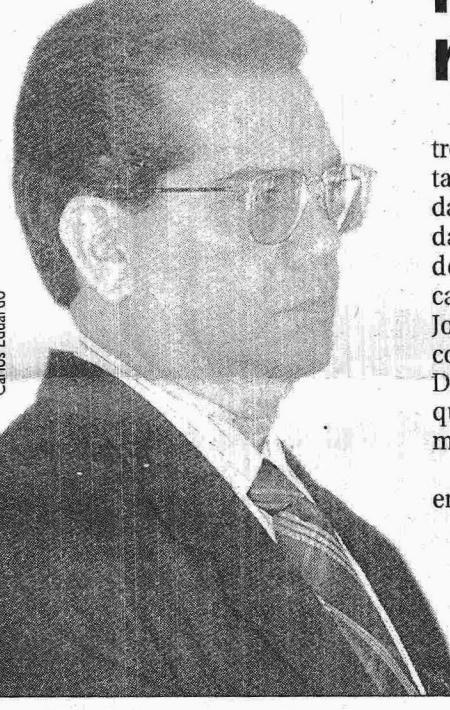
O que os aliados de Fernando Henrique Cardoso chamam de conselho político da campanha, a oposição chama, em tom de ironia e desdém, de tripulação do *Titanic*. São os representantes dos cinco partidos fechados com a campanha pela reeleição do presidente. Em princípio, tudo o que diga respeito à campanha terá de passar pela aprovação desse conselho. Além do PSDB, estão com ele o PFL, o PMDB, o PPB e o PTB, que já brigam pela reforma ministerial e devem continuar se engalfinando no comando da disputa pela reeleição.

O PFL deverá indicar para o cargo um senador com mais quatro anos de mandato. Os tucanos ainda estudam as opções. O mais cotado era o ministro das Comunica-

ções, Sérgio Motta, porque não estará disputando mandato eletivo. Mas, Motta tem um problema: seu delicado estado de saúde. Por isso, integrantes da cúpula do PSDB colocam no páreo o presidente do partido, senador Teotônio Vilela Filho, no caso dele desistir da candidatura ao governo de Alagoas.

Pelo PMDB, o nome mais forte é o do líder do partido no Senado, Jader Barbalho (PA). Os peemedebistas aliados ao governo querem fazer do senador o presidente do partido para colocá-lo na linha de frente de discussão dos rumos da campanha e das viagens do presidente-candidato. Para isso, Barbalho abriria mão da sua candidatura ao governo do Pará, cargo que já ocupou duas vezes.

No PTB, o nome mais forte por enquanto é o ex-governador de Minas, Hélio Garcia, no caso de desistir de qualquer candidatura no estado. Já no PPB, com Esperidião Amin disputando o governo de Santa Catarina, o nome do interlocutor ainda está em fase de discussão.



Chefia enxuta e campanha alegre

Depois de duas derrotas consecutivas em eleições presidenciais, Lula chega à terceira disputa pelo cargo com duas certezas: não quer dividir o comando político com toda a Executiva Nacional de seu partido. Para isso, já escolheu como o número um da campanha o deputado Luiz Gushiken (PT-SP), que coordenou a alegre campanha de 1989, quando, enfrentado figuras tarimbadas em política, o PT chegou ao segundo turno contra Fernando Collor, do PRN.

“A idéia de Lula é ter uma coordenação enxuta. Quanto à parte de agenda do candidato, aí sim, ficará a cargo da Executiva do partido”, diz Gushiken, fundador do partido e da Central Única dos Trabalhadores (CUT).

O deputado não fala das divisões internas, mas para muitos petistas sua principal tarefa será driblar o próprio PT e suas disputas de bastidores. Enquanto isso, o presidente do partido, José Dirceu, trabalha as alianças com o PDT, PSB, PC do B e

os derrotados na convenção do PMDB. “Vamos buscar tudo o que for possível”, diz ele, que espera um candidato único das oposições em 12 estados, incluindo Minas e Rio, dois dos três maiores colégios eleitorais do país.

Dirceu esteve esta semana com o presidente do PMDB, Paes de Andrade (CE), derrotado na convenção de 8 de março, quando os peemedebistas decidiram apoiar Fernando Henrique. Da sala da presidência do PMDB, seguiu direto para o aeroporto, onde teria encontros com Wladimir Palmeira e integrantes do PT fluminense para tentar costurar as alianças com o PDT de Leonel Brizola.

Enquanto Gushiken cuida do PT e Dirceu das alianças, outros dois nomes trabalham na elaboração do programa de governo: o economista Marco Aurélio Garcia e o advogado Plínio de Arruda Sampaio, ex-deputado do PT. O slogan já foi definido: “Terra, Saúde e emprego”.

Os dois já estão a todo vapor. Na área da saúde, o PT concluiu a radiografia e descobriu que os recursos que o governo aplica no setor minguam a cada ano. Propostas de financiamento da saúde, de geração de empregos e políticas de segurança pública fazem o eixo central da estratégia do programa de TV que Lula apresentará ao eleitorado depois da Copacabana.



Marcos Henrique 12.48

Fantasma de Collor, um entrave

O homem forte de Ciro Gomes tem 40 anos, alguma arrogância e atende pelo nome de Ciro Gomes, que trocou o tucanato pelo minúsculo ex-comunista PPS. Muito mais conhecido de que seu novo partido,

o próprio ex-ministro monta, com a sua memória, a estratégia de cada passo da campanha.

O ponto fraco — além da falta de recursos — é a inevitável comparação de seu perfil com o de Fernando Collor. Como bom estrategista de si mesmo, Ciro logo rebate: “Minha única semelhança com Collor é que sou jovem e nordestino. Deixei o governo do Ceará com 80% de popularidade”, diz.

Além do próprio Ciro, a campanha conta com poucos profissionais e políticos. A bancada do PPS não passa de um senador, Roberto Frei-

re (PE), e dois deputados — Augusto Carvalho (DF) e Sérgio Arouca (RJ).

Arouca e Carvalho estão mais preocupados com as próprias eleições do que com a campanha presidencial do candidato de seu partido. Freire é o único que, junto com um grupo de amigos de Ciro, trabalha na campanha.

Além de buscar votos, Ciro é dublé de coordenador do comitê financeiro. Faz via crucis junto ao empresariado paulista atrás de recursos para pagar pelo menos suas viagens. O programa de TV está nas mãos de amigos e parentes,

como o cunhado Heinrich da Paz.

E não espera que muitos magos do marketing se voltem para a sua candidatura. Quando o assunto é pesquisa, aposta basicamente na do instituto *Vox Populi*, divulgada na última semana. Encomendada pelo governo, apontou uma queda de cinco pontos percentuais — de 41% para 36% — nas intenções de voto em Fernando Henrique. Mas esses 5% não beneficiaram Lula. Portanto, prevê Ciro, essa migração de votos pode terminar na sua candidatura, ainda desconhecida do eleitorado.

José Varella 28.1.98



Freire: empenho na campanha