

As pesquisas e a mobilização dos eleitores

Ricardo Pinheiro Penna

Lentamente, muito devagar mesmo, começa a esquentar o ritmo da campanha eleitoral da eleição para governador do DF. Nos meses que antecedem a eleição, apenas os próprios candidatos e os militantes estão verdadeiramente mobilizados. Para eles, tudo parece frenético, urgente e definitivo. Ao contrário, para os eleitores, seis meses antes da corrida às urnas, a eleição é ainda um projeto e os candidatos são apenas uma vaga lembrança. À medida que aumenta o espaço dos candidatos na mídia, o processo de tomada de decisão começa a acontecer. À medida que o processo de tomada de decisão acontece, aumentam os indecisos na pesquisa estimulada e diminuem os indecisos na pesquisa espontânea. Com a campanha na rua, a rejeição cresce e a intenção de voto começa a se cristalizar.

A quarta pesquisa de intenção de voto Correio/Soma mostra alguns sinais de esquentamento da opinião pública e de mobilização dos eleitores. As taxas de rejeição, tanto para governador quanto para senador, de uma maneira geral, aumentaram. O número de indecisos também está crescendo. Apesar disto, ainda falta muito chão para que as tendências definitivas comecem a emergir.

A pesquisa espontânea mostra que 47% dos eleitores ainda não decidiram em quem votar para governador e 76% ainda não fizeram sua escolha para senador. É natural o nervosismo e ansiedade dos candidatos. O líder das pesquisas garante que vai resistir aos ataques dos adversários e vai decidir a fatura no primeiro tempo.

O lanterninha jura que existe um milagre prestes a ocorrer e que, logo, logo, estará à frente na disputa. Mera torcida e jogo para a platéia. Na realidade, é necessário ter pa-

ciência e sangue frio para esperar a mobilização dos eleitores. Existem aceleradores, mas, em geral, as mudanças ocorrem lentamente.

O início do programa eleitoral gratuito é o marco do início da campanha e o grande mobilizador da opinião pública. Fora disso, existem poucos episódios que podem acelerar a mobilização do eleitorado.

A guerra entre o PMDB, o GDF e o TRE, em torno da suspensão de toda a propaganda do governo popular e democrático, pode ter sido um desses aceleradores. A proibição aumentou substancialmente o espaço do governador na mídia. Ele pôde chamar de implacável e desumana a perseguição de seus adversários.

Se, com a proibição, o tiro saiu pela culatra, somente a próxima pesquisa vai mostrar. Uma coisa é certa. Antes da proibição, os anúncios do GDF eram apenas peças publicitárias do ufanismo governa-

mental. Hoje, as faixas de luto que cobrem as placas e cartazes são lembretes de que há uma campanha para governador na cidade.

O episódio da proibição da publicidade serviu para mostrar que as eleições gerais de 1998, com a reeleição para os cargos executivos, não são previsíveis. O comando da máquina administrativa é uma enorme vantagem, ao colocar o administrador-candidato sempre em evidência. A publicidade divulga e a censura torna-os mártires.

Mas nem tudo são flores. O governador Cristovam Buarque leva a vantagem de comandar uma orquestra de obras e de inaugurações mas, com certeza, com o início do horário eleitoral, deverá enfrentar uma enorme batalha para tentar evitar a associação entre os atuais problemas do DF e a sua gestão. É assim mesmo. Um dia da caça, outro do caçador.

■ **Diretor de Pesquisa da Soma Opinião & Mercado**