

Brasília muda com eleição, a primeira após 26 anos

BRASÍLIA — Com a aproximação das primeiras eleições da história de Brasília — que só votou em 1960 para Presidente da República — a cidade está afinal criando uma fisionomia política própria. O pleito promete ser disputado e movimentar a economia local: as previsões são de que um candidato sem tradição ou trabalho de base gaste cerca de Cr\$ 3,5 bilhões na campanha.

Está estabelecido que no dia 15 de novembro brasília escolherá três Senadores e oito Deputados Federais, mas ainda tramita, e pode ser votada a tempo pelo Congresso, emenda do Senador Alcides Saldanha (PMDB — RS) dando aos brasilienses o direito de escolher também o Governador, que é indicado pelo Presidente da República, e Deputados Estaduais. A aprovação da emenda tornaria as primeiras eleições de Brasília ainda mais disputadas.

O aprovado da representação do Distrito Federal no Congresso, no passado, a vida política na capital estava restrita às iniciativas do movimento sindical e dos núcleos do PMDB, PT e PDT, que atuavam precariamente. Com as eleições e permissão para atuação de partidos, hoje já existem 16, e até uma organização suprapartidária, recém-criada para influir no pleito: a união das Forças Políticas do Distrito Federal — UFP — que reúne a maioria dos empresários de peso da cidade.

O Presidente é o Secretário de Indústria e Comércio do Governo do DF, Francisco Aguiar Carneiro, que negocia com veículos e na área de construção civil. O Vice-Presidente, Wagner Canhedo, proprietário da maior empresa privada de transportes coletivos da cidade, anunciou recentemente que a entidade dispõe de Cr\$ 66 bilhões em contribuições de empresários, já investidos para serem utilizados nas campanhas de Deputados e Senadores, pretendendo gastar de Cr\$ 2 a Cr\$ 6 bilhões em cada uma.

A UFP quer disputar com candidatos em todas as siglas, até mesmo no PT. Como a tendência do eleitorado brasiliense é desconhecida, colocar candidatos em todas as legendas garantiria a eleição de membros da organização e pessoas a ela ligadas. Nas cidades-satélites, já foram instalados diretórios da UFP, sempre inaugurados com um grande almoço ou jantar para os moradores.

Por enquanto, a campanha individual mais trabalhada, em termos de propaganda, é a de Múcio Athaíde — “o homem do chapéu” — Deputado Federal por Rondônia e candidato a Senador. Ele não diz quanto pretende gastar, mas já fez investimentos pesados na campanha: acaba de comprar o jornal *Última Hora de Brasília*, cujo título vai mudar para *O Povo de Brasília*; comprou a TV-Goiás de Goiânia, cujo sinal chega às cidades-satélite; e a Rádio Formosa, na cidade goiana do mesmo nome, cuja capacidade está aumentando para alcançar Brasília. Dispõe também de um trio elétrico para animar suas apresentações, e comprou na vizinha cidade de Anápolis uma fábrica de chapéus de palha, com seu nome gravado em silk-screen, que distribui como símbolo de campanha.

Athaíde não tem uma explicação convincente sobre por que resolveu mudar sua base política de Rondônia para Brasília. “Fui chamado”, afirma, e cita exemplos de outros políticos também “chamados”: Juscelino Kubitschek, que foi eleito Senador por Goiás no final da carreira,

e Simon Bolívar, que deu a independência a vários países latino-americanos.

Entre os candidatos milionários estão também Zamor Magalhães, empresário do ramo da mineração no Amapá, e Antônio Venâncio da Silva, pioneiro da Construção Civil e uma das maiores fortunas da cidade, Lindeberg Aziz Cury, empresário do setor de veículos e Presidente da Associação Comercial e Alberto Peres, que acaba de vender sua participação na maior universidade privada de Brasília.

Mas há também candidaturas de orçamento modesto, como a do Secretário-Geral do Diretório do PMDB, Francisco Tolentino, que conta como seu maior capital para eleger-se Deputado o trabalho realizado nos últimos anos junto a Associações de Bairro e clubes de mães. Para ele, quem não tiver muito dinheiro poderá eleger-se numa campanha de custa final orçado entre Cr\$ 300 e Cr\$ 500 milhões, aí incluídos os valores de doações e empréstimos feitos por amigos, de salas para comitês, veículos de propaganda e material e o que for apurado em rifas, festas e outras promoções — mas com uma condição: contar com núcleos de apoio espalhados pelas cidades-satélite, totalizando pelo menos mil militantes dispostos a apoiar a candidatura sem qualquer remuneração.