

# Pesquisas não fazem a cabeça do eleitor nem do candidato

A partir de amanhã nenhuma pesquisa eleitoral poderá mais ser divulgada pelos meios de comunicação do País. É isso que determina o calendário eleitoral do TSE. Mas o que representam esses dados para os candidatos e eleitores, já que no Distrito Federal mais de 70 por cento do eleitorado continua indeciso?

Uma investigação preliminar, feita sem critérios predeterminados, demonstra que a ala mais jovem prefere observar primeiro quem está melhor cotado, para depois optar, sem, contudo, demonstrar maior interesse pelo processo eleitoral. Outros, não mudam o voto. Mas existe também aquele que troca de lado pelas mais diferentes razões. Já os candidatos, mesmo os que detêm os melhores índices, são céticos com as pesquisas.

## OPINIÃO DO ELEITOR

Apesar de demonstrar um certo interesse político, Otávio Neto, 20 anos, estudante universitário, permanece no grupo de indecisos e diz que "o brasileiro vota em quem vai ganhar". Integrante de família classe média, assiste, às vezes, até o horário gratuito de propaganda eleitoral, mas até agora não escolheu candidato e assegura que não tem condições ainda de fazê-lo.

Já Maria do Céu, 38 anos, formação superior, funcionária pública, revelou que chegou mesmo a assinar ficha no PT, onde escolheria seus candidatos, reservando um lugar entre os três votos ao Senado para privilegiar uma antiga amizade. Ela, porém, mudou radicalmente após assistir ao comício do PMDB, domin-

go último, no Guará. Gostou do charme de Sigma-Ringa Seixas e a ele dedicará o seu voto em 15 de novembro.

Sua mãe, Zilda, 65 anos, é mineira e eleitora do PMDB de Tancredo Neves. Por isto, faz campanha aberta para Márcia Kubitschek e briga com quem não se dispõe a acompanhá-la. Maria Odete, 23 anos, doméstica, revela que pergunta todos os dias à patroa em quem votar. Indagada sobre as razões desse comportamento, diz que é porque acha todo candidato no vídeo muito chato. Déia, 50 anos, faxineira num Hospital de Brasília, está esperando um candidato bater à sua porta oferecendo uma oportunidade de emprego. A este dará seu voto. E o mesmo pensamento tem a cabeleleira Cléia.

Todas as pessoas ouvidas não se entusiasmam, de um modo geral, com as pesquisas, e chegam à dúvida que elas retratem a verdade eleitoral no DF. Madalena Cruz, 40 anos, dona-de-casa, assegura: "Meu voto é do Melra e ninguém muda".

Henrique, médico, 29 anos, diz que já tem alguns nomes para votar. Mas tudo por razão afetiva. Se não, tenderia a votar nas legendas comunistas ou socialistas. Ele não se interessa por pesquisa e acha que os candidatos são ruins no vídeo. Sérgio, fisioterapeuta, 34 anos, desistiu de buscar nomes e vai mesmo de PCB.

Mas nem todos seguem essa trilha. Ercília Vale, 36 anos, dona-de-casa, é cabo eleitoral de Osório Adriano e assegura que ele conquistará uma das vagas no Senado. Não aceita discutir pesquisa, porque entende que os índices não refletem

a realidade. Glória Santos é PT militante, e mesmo que seu partido não atinja o quociente eleitoral está certa de que o trabalho de base e a consciência do eleitorado são mais importantes.

## E O QUE PENSAM OS CANDIDATOS?

Se para o eleitor o resultado da pesquisa pode ou não interferir no seu comportamento, o que pensam os candidatos ou membros de partido político a respeito do assunto? Rosalvo Azevedo, presidente da Frente Brasileira de Ética Partidária, está certo de que a tendência do povo é torcer por quem está ganhando, e isto deve se repetir em 15 de novembro. Para ele, "infelizmente". Em suas avaliações, apenas uma parte da massa se deixará levar pela tese do voto útil. "Em compensação, acredita que outros poderiam votar no "coitadinho que está mal". Para ele, uma prova irrefutável de que a pesquisa interfere na opinião do eleitorado é a proibição da divulgação dela quinze dias antes das eleições.

Tião Padeiro, candidato a senador pelo PTB, entende que pesquisa, na qual 74 por cento dos ouvidos não têm candidato, mostra apenas que ninguém tem certeza de nada, mesmo os mais cotados. "Quem está no corpo a corpo como eu" — diz — "que já falei com 150 mil pessoas, confere que os votos das pesquisas até agora divulgados não existem".

Até Alvaro Costa, do PSB, um dos nomes que melhor se situa nas pesquisas, analisa com ceticismo seu favoritismo. "Ela até distrai, mas não diz nada,

com relação aos resultados", observa, convicto de que o universo da amostragem é pequeno demais e nem sempre representativo da área investigada. Para ele, o que faz a cabeça do eleitor é o compromisso do candidato e a certeza de que o contato não cessará no dia da eleição, que o cidadão poderá procurar o candidato sem medo de barreiras.

Alberto Peres, candidato do PDC ao Senado, acha que a pesquisa induz até mesmo parte do eleitorado consciente, "porque ninguém gosta de perder". Por causa disto, decidiu usar o horário gratuito para alertar o eleitor no sentido de não se deixar levar pela onda lançada nas pesquisas. Ele reconhece, contudo, que a pesquisa indica notoriedade. E se o partido dispõe de tempo, acaba formando uma imagem simpática de seus candidatos.

O ex-governador José Ornellas, candidato do PL ao senado com boa posição nas pesquisas, analisa esses dados com desconfiança. Ornellas está certo de que o eleitor votará com independência, tanto assim que chama a atenção para o fato de o número de indecisos ter crescido após o início da propaganda gratuita. "O eleitorado brasileiro é uma interrogação", adverte, "embora acredite necessária a manutenção das pesquisas".

Para Pitanga Seixas, apenas uma minoria de eleitor poderá ser influenciada pela divulgação de pesquisa. Como Ornellas, utiliza-se dos mesmos argumentos a respeito da particularidade com que o eleitorado brasileiro aparece à opinião pública.