

Ibope influenciará na escolha dos vices

ADRIANO BARSOTTI

RIO — O Ibope deverá influir na indicação dos vices de presidencialistas que até agora ainda não escolheram seus companheiros de chapa. Até mesmo para os candidatos que chegam a levantar suspeitas sobre a imparcialidade das pesquisas por ele realizadas, o instituto está atuando melhor do que qualquer perspicaz articulador político. Interessados em adequar seus programas de governo e os nomes de seus vices aos anseios da população, os presidencialistas estão encomendando ao Ibope pesquisas específicas para elaborar suas estratégias de marketing político.

Sem revelar os nomes de seus clientes nem o conteúdo detalhado das pesquisas que vêm sendo requisitadas, o diretor executivo do Ibope, Carlos Augusto Montenegro, revela que o trabalho do instituto já foi solicitado pela maioria dos presidencialistas. "Até Leonel Brizola já fez algumas consultas aos nossos dados", diz Montenegro sobre o candidato que tem acusado publicamente o Ibope de ser parcial.

Até para saberem como se comportar diante das câmeras de televisão, e qual a imagem e mensagem que devem apresentar ao eleitorado nessas ocasiões, os candidatos têm recorrido à ajuda do Ibope, admite Montenegro. Um dos desejos compartilhado pelos presidencialistas, segundo ele, é saber do eleitor qual o perfil ideal devem apresentar para vencerem a eleição e a ordem de prioridades dos problemas nacionais enumerados pela população. "Outros procuram também descobrir qual o melhor nome para a vaga de vice de suas chapas", acrescenta.

PESQUISAS DIFERENTES

Para cada cliente, o Ibope faz uma pesquisa distinta. Nem sempre elas têm caráter nacional: alguns candidatos encomendam pesquisas restringindo o universo de entrevistados a regiões ou Estados de seu interesse. "A tendência é sermos cada vez mais solicitados", acredita Montenegro. Mais reservado, o diretor de pesquisa de opinião do instituto, Orjan

Diário da campanha

O susto



O deputado Ulysses Guimarães, candidato à Presidência da República pelo PMDB, tomou um susto na noite de ter-

ça-feira, enquanto gravava uma participação no programa *Jô Soares Onze e Meia*, nos estúdios do SBT, em São Paulo. Sem esperar, Ulysses cruzou com o seu ex-companheiro de partido e atual adversário na corrida presidencial, Mário Covas, do PSDB, que também estava gravando uma entrevista no mesmo programa. "Essa nossa vida é uma luta", desabafou o candidato tucano, ao encontrar Ulysses nos camarins.

Depois do tradicional abraço de cordialidade, seguido por alguns segundos de constrangimento, Covas quebrou o gelo e estimulou o seu concorrente. "Vá em frente", sugeriu. Outra curiosidade do encontro ficou por conta do corre-corre que se armou dentro dos estúdios, para registrar a cena. Apesar do esforço, não se encontrou um equipamento disponível para gravar o encontro.

Olsen, declara que não pode identificar seus clientes nem revelar o conteúdo confidencial das pesquisas.

A simples observação dos dados coletados nestas pesquisas, contudo, não é suficiente para a elaboração de uma estratégia de marketing, ressalva o analista de pesquisas Maurício Dias David, ex-presidente do Instituto de Pesquisas Alberte Pasqualini, ligado ao PDT: "Os dados oferecem uma margem de orientação que não ultrapassa os 5%". E explica: "Eles têm de ser submetidos a uma análise sociológica e política para oferecerem uma margem de 100%". A questão da segurança, exemplifica, pode ser apontada como uma prioridade nacional, mas pode ser que não influa na decisão do voto. "Na hora de votar o eleitor pode se deixar guiar, por exemplo, pela honestidade", sustenta.