

Tucanos tentam sair da crise

LAURA FONSECA

Uma campanha política tem muito a ver com uma operação de guerra. O fator mais importante é a criação de um núcleo estratégico para organizar todos os esforços num sistema coerente e global onde cada parte reforce o todo. Até o momento, a campanha do senador Mário Covas tem sido exatamente o oposto desta cartilha: o partido não elaborou um planejamento global, nossos recursos humanos estão sem orientação, porque faltam diretrizes operacionais firmes", afirma o deputado "tucano" Vilson Souza (SC) inconformado com os resultados das últimas pesquisas de opinião.

Segundo ele, um dos fatores dessa dispersão de forças é a maior qualidade do PSDB: seus quadros, de alto nível, com cabeças ricas de idéias e planos, cada um apresentando uma sugestão diferente. "O resultado é caótico, fragmentado e, principalmente, ineficaz. O senador encontra-se isolado do resto do partido, especialmente das bases, sem saber que caminho seguir. Falta comando operacional para planejar, avaliar, decidir e dividir tarefas", diz o deputado.

A partir da semana passada, porém, um fato mudou. Os "tucanos" abandonaram frases feitas. Ao ver o senador Mário Covas com índices de pesquisa abaixo do candidato do PDS, Paulo Maluf, houve um princípio de pânico. E o PSDB partiu para a ofensiva, a fim de montar uma estratégia de "choque", com especialistas em comunicação e marketing para "vender" o candidato.

Geraldo Campos (PSDB-DF), explica: "Não basta ficarmos dizendo que temos o melhor candidato. É preciso convencer o povo desta verdade, usando todos os recursos da mídia eletrônica, campanha nas ruas, propaganda visual, num esforço concentrado, mas bem definido". O primeiro objetivo desta cartada é cristalizar um perfil de amplo conhecimento popular. As pesquisas mostram que menos de 20 por cento conhecem bem o senador Mário Covas. Deste percentual, cerca de três em cada quatro estão dispostos a votar nele. Com este índice de aceitação, o mais urgente é transformá-lo em nome nacional, como já são Lula, Brizola e, recentemente Collor, afirma o deputado por Brasília.

Vilson Souza, por sua vez, aposta nas teorias científicas e nos princípios da sociologia, da comunicação e do inconsciente. "Partindo de uma análise sociológica do momento histórico, e das necessidades psicológicas do brasileiro pode-se adequar as mensagens de grande conteúdo político, econômico e social do programa do PSDB, a uma forma que chegue até o público e sensibilize o eleitorado a votar no candidato reconhecido como o melhor, até mesmo por adversários políticos".

OS EQUIVOCOS

O deputado sulista alinha alguns erros operacionais da campanha de Mário Covas. "Na política não podem existir espaços vazios. Com a esquerda ocupada, o centro e a direita em disponibilidade, propiciaram o lançamento meteórico da candidatura Collor que soube usar, ardilosamente, o terreno vago do espectro político. E o PSDB continuou perdendo tempo, aguardando a convenção do PMDB convencido de que Waldir Pires e todo o setor progressista iriam migrar para a árvore dos tucanos".

Pior do que esperar foi não traçar planos alternativos, diz Vilson Souza. "Quando se consolidou a chapa Ulysses Guimarães/Waldir Pires, o clima no partido foi de perplexidade. A campanha ficou mais anárquica, sem unicidade de esforços". Apesar das críticas o deputado está longe de considerar a campanha eleitoral decidida. "Muito pelo contrário. Com estratégia, tenacidade e persistência, vamos ganhar esta eleição, sem precisar usar o tempero da demagogia que candidato e partido rejeitam".

Um dos "tucanos" mais críticos da campanha é a deputada Dirce Tutu. Quadros: "Essa gente é íntegra e boa, mas não entende nada de campanha política. Imagine ficar todo este tempo sem assessor de imprensa. Washington Tadeu de Mello tinha que estar trabalhando desde o ano passado, costurando alianças e promovendo articulações. Acreditem, como filha de Jânio, de estratégia política eu entendo um bocadinho. Aprendi até mesmo por osmose, desde menina".

Dirce não pretende deixar o partido: "Sou membro fundador do partido e este fato me dá o direito de criticar as personalidades excessivamente centralizadoras de Covas e José Richa, coordenador da campanha. O candidato está mandando muito e o coordenador também. Em campanha política, se pede apoio, deixando as ações de comando para depois das eleições. Esta lição eu também aprendi com meu pai. Posições inflexíveis assustam os correligionários".

A TELEVISÃO

Os "tucanos" têm muita confiança no poder da televisão e acreditam estar a decisão da campanha nas mãos da propaganda eleitoral gratuita, a partir do mês de setembro. Curiosamente, menosprezam o poder de penetração do rádio.

O próprio Mário Covas, porém, não dispensa o "corpo a corpo" da campanha eleitoral. "Seria quixotesco almejar uma disseminação maciça de imagem ou mensagem através de visitas a cidades do interior. Mas este é o único contato com retorno imediato, representando uma oportunidade de ouro para falar diretamente ao povo, mas também ouvir suas queixas e reivindicações. Um candidato consciente de suas responsabilidades não pode abrir mão deste canal de comunicação, somente porque a mídia eletrônica é mais eficiente e rápida. Vamos utilizar os dois e todos os demais que estiverem ao nosso alcance", concluiu o candidato. Mário Covas, que apreciou muito o contato informal com a população de Brasília na "operação panfletagem" da última quinta-feira.