

As mulheres do PMDB na campanha

por Cláudia Izique
do Rio

Sob uma direção feminina, pelo menos um setor do PMDB parece preservado das indefinições que marcam o partido neste início de campanha à Presidência da República. Mora Guimarães e Yolanda Pires coordenam um programa de divulgação dos candidatos do partido, com o objetivo de mobilizar as bases, num trabalho organizado, descentralizado e "muito profissional". "Nosso objetivo é eminentemente eleitoral. A nossa meta é divulgar o que deve ser um candidato", diz Yolanda Pires.

A campanha feminina começa a se organizar nos estados que têm governo do PMDB, e se inspira na estratégia de mobilização que deu vitória a Waldir Pi-

res, para o governo da Bahia. Oito comissões atuarão amplamente em cada estado, operando em linha direta com uma comissão central que coordena os trabalhos a partir de Brasília. "A definição de uma estratégia única e articulada e eficaz e evita o trabalho solto", avalia Yolanda Pires.

As diretrizes da campanha das mulheres do PMDB se fundamentam no programa do partido, nos estudos da problemática nacional, mas estará centrada numa preocupação eminentemente feminina: "Somos visceralmente ligadas à vida e à responsabilidade", considera Yolanda Pires.

Nessa perspectiva, os 36 milhões de menores carentes do País são como que um símbolo da "tragédia

nacional". "Se projetarmos esses 36 milhões de crianças para uma faixa etária de 15 a 18 anos, teremos na sociedade um confronto de seres contra seres. Será a congestão dos tempos", avalia Yolanda Pires. A miséria seria decorrente do caos econômico e financeiro. "Exige-se a transformação desta realidade para que essa população emergja da miséria e se torne uma nação forte".

"E preciso que o presidente seja honesto com o dinheiro público e com a palavra. Não importa a sua idade, já que não lhe será exigido esforços físicos", considera Yolanda Pires.

Na companhia de Mora Guimarães, esposa do candidato do PMDB à Presidência, Yolanda Pires, mulher de Waldir Pires, percorre os estados, divulgan-

do essa estratégia de campanha já implantada em Brasília, Rio de Janeiro, Bahia e Paraná. Na última semana, em Santa Catarina, encontraram-se com cerca de 2 mil mulheres do PMDB. "Pleiteamos participação na promoção social, na transformação desta face negra do País, diz Yolanda Pires.

O grupo de mulheres do PMDB ainda não tem nome, tampouco símbolo. "Fomos contra o uso do estilingue como símbolo da campanha presidencial. É um artefato infantil, mas mata um pássaro. Traz embutido o símbolo da destruição", diz Yolanda Pires. Elas prefeririam uma proposta mais "humanista", como o Carlitos, que foi símbolo da campanha de Waldir Pires no governo da Bahia.