

Eleição Presidencial

A campanha empacou

Villas-Bôas Corrêa

Não adianta xingar as pesquisas: número não tem mãe. Depois de um mês sem rodada de índices atualizados das tendências de voto do eleitorado, a Vox Populi quebrou o jejum e desfez boatos e versões difundidas por fontes facilmente identificáveis, com objetivos transparentes, repondo as coisas nos seus devidos lugares e convocando o bom senso para a avaliação desse curioso estágio da campanha.

Antes de ir mais fundo na tentativa de análise, é conveniente relembrar algumas preliminares, apesar de óbvias. Pesquisa não é infalível e sua crônica, aqui é em todo o mundo, alinha uma série de equívocos cabeludos, lembrados sempre que os desfavorecidos pelos índices se empenham em jogar poeira nos olhos do eleitorado e denunciar as empresas especializadas, algumas com tradição na praça consolidada em anos de boa margem de acertos, como uma súcia de venais, de falsificações de dados, beneficiando quem paga a fraude.

O destempero injurioso é evidente. E a questão se coloca com a maior simplicidade: pesquisa adulterada para atender interesses do cliente é caso de polícia. Uma vez apurada a falcatura, o passo seguinte é o processo, a consequente condenação pela Justiça e cadeia. Engano, ainda que desmoralizante, é outra coisa. A empresa é punida com o desgaste da sua credibilidade, perde a confiança da clientela e do público.

A evidência da crescente importância das pesquisas, em política e em múltiplos ramos da sociedade moderna, atesta-se pela sua utilização obsessiva, por exemplo, pelas emissoras de televisão, em briga de morte pelos pontos nos índices percentuais de telespectadores.

Hoje há pelo menos quatro empresas operando na campanha presidencial: o Ibope, o Gallup, o Datafolha e a Vox Populi. Então, das duas uma: ou trata-se de uma quadrilha de mafiosos, que se entende na sombra para o arranjo das falsificações ou de gente séria, empenhada em honrada concorrência em setor delicado, no qual um engano pode custar anos de esforços para a reabilitação.

A oportunidade é excelente para teste de desconfianças e suspeitas. Depois de intervalo relativamente prolongado, devemos ter pesquisas em penca. Possivelmente quatro em questão de uma semana.

Os índices não serão exatamente iguais em todas e pela singela razão que cada uma reflete flagrante do eleitorado em lenta evolução da definição de voto, colhido em períodos próximos, mas não idênticos.

Três, quatro dias entre uma e outra, alteram porcentagens de candidatos que, bem ou mal, conseguiram sacudir o marasmo da campanha embatucada, produzindo fatos, criando novidades, ocupando espaços do noticiário político em crise de assunto.

É o caso típico do senador Mário Covas. Sua candidatura, afinal aconteceu. Dobrou a esquina de cálculo azarado no planejamento, montado na previsão de que o PMDB seria dominado pelos conservadores, expelindo a esquerda — e deu, como se sabe, o oposto —, e alçou vôo a partir do celebrado discurso do candidato, lançando sua plataforma da tribuna do Senado.



Discurso de repercussão impressionante e incomum. Covas é orador provado, eloquente e direto, com pleno domínio da palavra e fácil comunicação com o auditório. Mas a oratória anda tão por baixo no Congresso, que mesmo a exceção do grande discurso não chega a justificar a badalação que se derramou, copiosa e entusiástica, pelas páginas dos jornais, das revistas, pelas telas da TV e os microfones das rádios. Covas foi o dono da semana. Dando a impressão de que, enfim, foi notado, reconhecido como candidato com reservas potenciais e que pode crescer, para disputar a classificação para o segundo turno. Ainda ontem emplacou excelente companheiro de chapa, com a aceitação da candidatura a vice do ex-governador Roberto Magalhães.

Não é bem o caso do doutor Ulysses Guimarães. O calvário da sua candidatura nos passos da convenção do PMDB firmou a convicção, espalhada pelo próprio partido, da sua inviabilidade eleitoral. Mas o doutor Ulysses ganhou a parada dentro da legenda, oficializou sua candidatura, entregando-se ao estafante alinhavo do partido em frangalhos. Costura remendos, correndo de um lado para o outro para tapar buracos, num roteiro de êxitos modestos e vaia que soam com a estridência moleque de desrespeitosa injustiça.

Nas pesquisas do final de semana, Covas e Ulysses necessitam conquistar alguns pontinhos que assinalem a reação favorável do eleitorado à zoeira que agitou a cúpula mas não se sabe que chegou a sensibilizar as bases.

Porque alterações no quadro das candidaturas, se aconteceram, limitaram-se ao segundo escalão. Nos primeiros postos não há modificações à vista e nem razão alguma para que, exatamente no recesso da campanha, com a temperatura baixando depois da fase morna do reconhecimento dos candidatos e da surpreendente definição das tendências de voto da maioria, o eleitor mudasse de galho.

Collor de Mello não despencou nem manteve a velocidade da ascensão. Ausente por três semanas, sua candidatura estacionou, conservada no freezer do verão europeu. Brizola e Lula devem permanecer no segundo e terceiro lugares, com os mesmos índices, talvez com irrelevantes variações.

A campanha continuará assim, em toada lenta, até os dois meses finais, quando, a partir de 15 de setembro, formar-se a rede nacional de propaganda gratuita de rádio e TV. Um detalhe significativo: Brizola, Lula e Covas terão os mesmos 10 minutos diários na distribuição do tempo e Collor, a metade, cinco. Os privilegiados são Ulysses, com 22 e Aureliano Chaves com 16 minutos.

Agora, daqui até a massificação da campanha, só o inesperado pode provocar reviravolta. Ou debates de candidatos pela TV ou pelo rádio.

Collor voltou ontem desconversando: sua assessoria examinará a conveniência de que participe ou não de debates com candidatos, os quais, somados, não alcançam seu índice nas pesquisas. Claro que o favorito não entregará o ouro aos adversários, correndo risco em parada na qual só terá a perder e nada a ganhar. Expondo-se como alvo de todo o tiroteio.

Driblar debate não é uma atitude democrática. Mas, há uma diferença nítida entre poupar-se, ladeando o mundêu e caminhar na reta, como um anjo, sem desviar-se da armadilha.

A campanha é o que é. Não o que gostaríamos que fosse.