

A incerteza vai para o trono

Noênio Spinola *

Quando os mercados abriram para negócio no dia seguinte ao anúncio da candidatura de Silvio Santos à Presidência da República, os operadores registraram, não sem alguma surpresa, que ninguém queria vender e ninguém queria comprar. Bolsas, ouro e dólar, os melhores barômetros de incerteza que existem, pareciam estar tão perplexos quanto o mundo político.

Ao contrário deste, porém, que se comporta como um rádio de ondas longas, os mercados financeiros logo calibraram suas frequências de ondas curtíssimas e foram em frente, descontando a possibilidade de mesavirada no cenário de Brasília. Alguns operadores de fôlego registraram assim os acontecimentos: "Isso pode evoluir como o fio de um serrote, cheio de pequenos altos e baixos; o risco é que o serrote todo se incline demais para cima, ou como um tobogã, o que é pouco provável..."

Até o fim da semana passada os mercados mais sensíveis pareciam continuar descontando o "fator Silvio Santos". O serrote não se inclinou perigosamente para lado nenhum, ainda quando os feriados tenham contribuído para reduzir um pouco a excitação. No meio da manhã da sexta-feira o dólar paralelo tinha avançado menos que as cotações dos títulos do Tesouro, projetando uma valorização para novembro inferior à do BTN negociado para o futuro.

Vistas as coisas por esse ângulo, de duas, uma: ou os operadores não estão levando a sério a hipótese de Silvio Santos "ir para o trono", ou acham que, com ele, com Collor ou com outro qualquer a vida continua e a economia nacional irá encontrando seu lugar "a despeito da política". Esse pode ser o melhor lado da história, e o pior também, sobretudo porque entroniza o ceticismo absoluto como regra de sobrevivência.

Melhor só se poderá tirar dessa novela toda se ficar demonstrado que a sociedade civil independe dos cordões de comando do governo, faz seus lastros para defesa contra a possibilidade de hiperinflação e está preparada para sobreviver a Brasília e aos políticos. Por outras palavras, o Brasil está acima de suas elites políticas. Isso, porém, tem um contraponto trágico: por mais que se queira digerir o fenômeno Silvio Santos como empresário bem-sucedido, homem de negócios e da mídia eletrônica, a verdade é que o lançamento de sua candidatura apenas

sublinha a propensão para a fuga do eleitorado na direção de quem quer que pareça o "antipartido" ou o "antipolítico". Jânio Quadros desempenhou esse papel uma vez. Os tempos mudaram. As aspirações, não? Pior ainda nessa história é se os quase 30% de adesão ao animador registrados instantaneamente pelo Gallup puderem ser lidos como um voto de desconfiança no que o país deveria ter cultivado como seu mais precioso ativo nesta década: a recuperação da capacidade de organização da vida partidária, sindical e parlamentar. Pois para onde foi o prestígio de Lula, Brizola e dos candidatos de centro-esquerda, além da proposta inovadora de Collor de Melo? Alguém prestou atenção ao olhar tipo farol-baixo de um Ulysses Guimarães ao considerar o caso

"O lançamento da candidatura Silvio Santos apenas sublinha a propensão para a fuga do eleitorado na direção de quem quer que pareça o 'antipolítico'".

Silvio Santos como uma piada, do alto dos seus 4% de preferência nas pesquisas? Ou o ar de marido traído de um Aureliano comentando a deserção dos pefelistas de sua campanha?

Uma leitura ainda mais depressiva desse fenômeno é a que alinharia o brasileiro no diagnóstico de Pelé, como alguém que não sabe mesmo votar. Considerando-se, porém, o alto grau de urbanização do Brasil dos anos 80 e a velocidade atual da informação, é pouco provável que o analfabeto seja hoje o mesmo inconsciente dos anos 50 ou 60, ou o mesmo nostálgico da "vassoura" janista, ainda quando viva no subúrbio, não leia jornal e apenas assista a novelas na TV. Quando um Mário Covas ou um Afif saem-se melhor do que uma dupla tipo Ulysses-Waldir, é evidente que o voto de caso pensado passou a valer mais do que o fisiologismo malandro-partidário. E, no piso das aspirações, o que o voto-revolta quer é a consistência na vida econômica, ainda quando pelas mãos de um santo milagreiro.

Para quem não esteja interessado na análise política, mas em um mapa de sobrevivên-

cia na selva em que se transformaram as eleições, resta trabalhar no Brasil real, aquele que produz, compra, comercializa e faz reservas para as contingências em um cenário de altíssimo grau de risco. É muito provável que as grandes empresas privadas já estejam calçadas para sobreviver à crise. Aqui definitivamente não é a Argentina: o tombo levado pela Bunge Y Born no caso Lubeca é uma bela demonstração dos anticorpos já existentes na sociedade. No vazio, sobra o universo das pequenas e médias empresas, as quais, por falta de sofisticação operacional, tentam se estruturar na economia paralela, desaparecendo do cenário legal.

Quem quer que chegue ao governo em 1990 terá de fazer um enorme esforço para atrair esse batalhão enorme de empresas de todos os tamanhos para o mercado formal, além, é claro, de conter o ultranacionalismo que está tornando obsoleto o parque exportador. Uma alternativa de base: fomentar o associativismo, centrais de compras de matérias-primas e tantos outros mecanismos que podem ter duas funções importantes. Primeiro, a de legalizar a vida de quem fugiu para a economia marginal, tentando se livrar da instabilidade política ou da asfixia fiscal; segundo, ensinando valores comunitários capazes de se refletir na própria vida política, abrindo espaços para que algum dia ela chegue ao voto distrital. Um belo papel para as associações de caráter local, exatamente as que mais crescem e mais credibilidade têm no país, segundo dados estatísticos e pesquisas.

O inimigo dessa proposta é o casamento do político fisiológico com o voto ideológico, o mesmo que está sendo jogado fora na Europa em benefício do pluripartidarismo e do plurissindicalismo. Infelizmente os partidos de esquerda e ultradireita perderam o bonde do ensinamento dessa lição nas eleições atuais, onde poderiam funcionar como forças verdadeiramente reformistas na esteira do funeral de lendas como o PMDB. Ironia da história: ninguém pode dizer que Silvio Santos é produto das oligarquias ou do *establishment*, ainda quando alguns segmentos delas queiram usá-lo. De camelo a candidato ao trono, o dono do SBT arrasou com o voto ideológico e o partido fisiológico talvez até mesmo por ter uma origem humilde. O que não o intitula para a solução, mas para a confusão de que os maiores culpados são, exatamente, os partidos e seus agregados intelectuais.

* Jornalista, editorialista de O Estado de S. Paulo