

Campanha eleitoral muda clima da cidade

Jorge Cardoso

William França

Brasília está eufórica para enfrentar as urnas na próxima quarta-feira. E, como em outras manifestações populares, é a Rodoviária do Plano Piloto o melhor termômetro desse ânimo fora do comum por que passa a cidade. Mas a peculiaridade é conseguida não só por ser a Rodoviária o centro das asas de Brasília — é que por ali se concentram, numa convivência democrática, os mais diversos estilos de campanha com o mais heterogêneo dos públicos. Há espaço para todos e, aproveitando-se disso, os comitês dos candidatos não perdem oportunidade de arrebatar os ainda indecisos.

O convívio pacífico das diversas legendas é auxiliado até mesmo pela configuração física da Rodoviária. Os correligionários de Lula ficam próximos ao Conjunto Nacional. Os de Collor, no outro extremo, junto ao Conic. Os de Covas ocupam a área do Teatro Nacional. Os de Ulysses, a plataforma intermediária. Os brizolistas distribuem adesivos ao pé das escadas rolantes. E ainda há local para as demais campanhas. No vale-tudo dos partidos, o que fica claro é que o chão do local acaba inundo de material de campanha.

Tranquilo

“Aqui na Rodoviária é o melhor lugar para se trabalhar. Estou achando um barato”, comenta a dona-de-casa Regina Mello, 34 anos, que há oito meses está engajada na linha de frente da campanha do candidato pedetista Leonel Brizola. A tranquilidade revela-se por Regina é facilmente comprovada. “Não tivemos registro de nenhuma briga envolvendo cabos eleitorais”, diz o ex-delegado do Posto Policial da Rodoviária, Laudemiro de Freitas, desde a semana passada à frente da 9ª DP (Lago Norte).

Pelos ares de festa dos últimos dias, provocados pelos múltiplos comícios, carreatas, panfletagem e distribuição de brindes dos diversos candidatos, há quem diga que o brasileiro apagou a chama do compromisso maior de escolher o próximo presidente da República. “Quem não respeita o povo é esse pessoal lá de cima, que arruma uma troca-troca de última hora”, reage Luiz Cláudio de Paula, 22 anos, que do alto da plataforma da Rodoviária aponta para a Praça dos Três Poderes.

Ainda dividido entre Lula e Aureliano, Luiz Cláudio arrumou um tempinho, enquanto ia para o trabalho, para ver a carreira de Mário Covas desfilando barulhenta sob a Rodoviária. Ao seu lado, um boneco gigante de Fernando Collor desfilava faceiro e um partidário de Roberto Freire, com uma bandeira presa às calças, distribuía panfletos convidando para um comício do candidato, a menos de 200 metros dali. Nesse instante passava um carro de som do PT.

Propaganda

Mas a heterogeneidade e a mistura de ideologias não ficam presas

à área da Rodoviária ou limitadas à fila de ônibus. A poucos metros dali, no Setor Comercial Sul, há outra infinidade de tendências — funciona lá a maioria dos comitês eleitorais dos candidatos. E os responsáveis pelos escritórios políticos garantem que, se mobilização do eleitorado for medida pela quantidade de material de propaganda distribuído, o brasileiro é um dos mais engajados no processo sucessório de todo o País. Realmente, os carros andam exibindo adesivos. As janelas dos edifícios expõem cartazes e panfletos. O desfile de buttons políticos é maior que o de roupas de Batman, a coqueluche do momento. Os postes e paredes estão grossos de papéis sobrepostos, colados indiscriminadamente uns sobre os outros.

“Esta eleição parece festa porque é uma demonstração de democracia; mas há uma responsabilidade grande da gente nessa história”, comenta Renata Silva, 16 anos, que aproveitou uma folga na escola para buscar material de propaganda de seu candidato, Ronaldo Caiado, do PSD. Na fila de um cartório, Maria da Penha Barcelos, 24 anos, conta uma piadinha sobre o candidato Enéas. Rapidinho. Ela, no entanto, não definiu seu voto, que já modificou por três vezes.

Nos barzinhos da cidade já é praxe uma prévia eleitoral, coordenada espontaneamente pelos garçons. O horário de propaganda eleitoral gratuito é motivo de aglomeração em frente às televisões expostas nas lojas. O pior, segundo os vendedores, é que não se vende nada a ninguém. “Só ficam mesmo olhando”, reclama Paulo Roberto Ferreira, 26 anos, do Ponto Frio Bonzão do Conjunto Nacional.

Aplausos

O engajamento dos eleitores não se resume a discussões. “Encontramos apoio de muitos que querem nos ajudar na campanha e nos pedem materiais de divulgação”, conta Chico Vigilante, presidente da CUT/DF e articulador da campanha de Lula no DF. Já meio afônico, Chico garante que suas energias suportam ainda o comício de Lula hoje, no Congresso Nacional. A média do trabalho dele tem sido de 12 horas por dia — sempre em cima do “garganta de aço”, o caminhão de som da CUT. “O povo nos aplaude. Quem não gosta se limita a mostrar o polegar para baixo”, revela o sindicalista ao comentar o perfil educado do brasileiro que se atenta aos carros de som. “Esse trabalho é bem mais emocionante que comandar uma greve”, conclui.

E a determinação política parece ter tomado um ônibus na Rodoviária e estar atingindo os mais distantes pontos do DF. “É só o ônibus encher que aparece alguém para discursar”, conta o cobrador da Pioneira, Luciano da Silva, 29 anos.

É na satélite mais populosa do DF que existe outro termômetro. Só que esse parece menos pluralista que a Rodoviária. Há em Ceilândia seis comitês organizados de Fernando Collor. Os demais candidatos mantêm apenas pequenas re-



O brasileiro abre espaço para todos os candidatos, numa campanha tranquila e sem agressões entre os militantes

presentações. Vestir as cores do candidato preferido faz até com que a chuva fria seja desprezada.

Troca

Pelo menos essa foi a impressão que deram as mais de 300 pessoas que ficaram em uma fila na porta de um dos comitês, na semana passada, a fim de conseguirem uma camiseta de Collor. As camisetas acabaram antes da hora e, para evitar maiores tumultos do que os empurrões e pisoteamentos de crianças que já aconteciam no local, a Polícia Militar foi acionada. Mas, nem mesmo o reforço policial e a nova remessa de camisetas acalmaram os ânimos dos já mais de 400 novos possíveis eleitores de Collor. “Se não ganhar camiseta troco meu voto e convenço mais gente a mudar”, esbravejava uma senhora gorda, de óculos grossos, comprimida entre uma gestante calçada com chinelos e um senhor de chapéu de couro.

O entusiasmo dos ceilandenses não se limita à cata de camisetas. Pelo menos é o que garante Cleusa Sales, 36 anos, presidente do PRN (o partido de Collor) na Ceilândia. “Já temos mais de dois mil fiscais preparadinhos para atuar”, conta a eufórica e foliona Eleusa, que ministrou, ela mesma, os cursinhos de uma hora de duração preparando os fiscais. Ela garante que há muito mais gente querendo trabalhar — como voluntário — por seu candidato. “Se é pelo meu voto e pelo meu candidato, vou agir com seriedade”, fala Antônio Pedro Souza, 20 anos, um dos fiscais. Há mais gente sendo preparada para atuar em “boca-de-urna”.