

Collor espera "voto útil"

por José Casado
do Rio

Há exatos 12 meses, Fernando Collor de Mello visitou entidades empresariais, em São Paulo, contando sobre sua disposição de se candidatar à Presidência da República. Na época, era conhecido como governador de Alagoas, "caçador de marajás" e autor de uma grande lista de demissões de funcionários públicos. Ninguém acreditou.

Collor, nas pesquisas eleitorais compradas por entidades como a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e a Federação Brasileira das Associações de Bancos (Febraban), oscilava entre 3 e 5% da preferência do eleitorado.

Em abril, quando superou a marca dos 30% Collor encontrou-se com um amigo, o deputado Renan Calheiros — hoje líder do PRN na Câmara — e ouviu dele uma ironia: "Acho melhor você avisar a todo mundo que era apenas uma brincadeira".

A partir desta segunda-feira, Collor, líder absoluto em todas as pesquisas há oito meses seguidos, está fazendo uma aposta muito mais alta: conta com a polarização ideológica ness-

tes momentos que antecedem a decisão do primeiro "round" eleitoral para obter uma votação expressiva e chegar ao segundo turno, em dezembro, com força política suficiente para aglutinar todo o "voto útil" disponível entre as facções da direita.

Ele se impôs, desde o começo desta campanha eleitoral, como o único candidato capaz de enfrentar a densidade eleitoral dos dois principais líderes de esquerda — Lula e Brizola.

Mas, paradoxalmente, chega ao final da campanha sem ter conseguido mais do que a simpatia e um pouco de dinheiro dos conservadores. Na realidade, eles desconfiam de Collor.

Ou, pelo menos, fazem questão de deixar claro, em público, que não confiam tanto quanto desejaria o candidato e seus assessores.

Sem dívida alguma, a campanha do PRN foi a mais rica e faustosa de todas — as estimativas de gasto oscilam entre US\$ 80 milhões até outubro, conforme assessores do partido, e US\$ 140 milhões, de acordo com dados que o Serviço Nacional de Informações (SNI) tem feito vazar para a imprensa, nos últimos 10 dias.

Grande parte desse dinheiro veio de contribuições empresariais. Algumas foram polêmicas e são objeto de investigações diversas, como é o caso do pagamento de republicações de artigos contra Brizola financiados pela Associação de Bancos do Estado de São Paulo, através de agências de propaganda que operam a campanha de Collor.

Apenas na Bahia, conta um dos colaboradores do candidato do PRN, empresário Pedro Irujo, dono de uma rede de emissoras de rádio e televisão na região, cerca de 40 empresas e 100 "pessoas físicas" estão, desde junho, sustentando uma parcela expressiva dos gastos de campanha.

Em São Paulo, o irmão do candidato, Leopoldo Collor de Mello, conseguiu engajar cerca de 50 empresários, donos de grandes fortunas na lista de "colaboradores" do partido.

Porém, o entusiasmo não foi proporcional, Mário Amato, presidente da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) deu um exemplo, na semana passada, ao receber o ex-candidato Sílvio Santos e anunciar seu apoio.

Três semanas atrás, nu-

ma reunião da FIESP, já havia ficado clara a desconfiança dos líderes da entidade e, também, de outros setores, como agricultura, comércio e finanças, em relação ao conteúdo político das propostas de Collor.

"O Lula é muito mais visível, muita mais transparente", chegou a queixar-se o banqueiro Olavo Setúbal, nesse encontro.

A cena, de outra maneira, repetiu-se num encontro promovido a seguir, em São Paulo, pela revista Balanço Anual, durante homenagem aos líderes empresariais eleitos neste ano.

Ampla maioria dos empresários presentes, embora discretamente tenha "colaborado" com o fundo eleitoral do PRN, anunciou seu voto em outros candidatos — reservando-se, no entanto, o direito de "votar útil", obviamente contra a esquerda.

O que faz de Collor hoje um "outsider" entre os conservadores é exatamente aquilo em que ele se baseou, durante toda campanha, para crescer e viabilizar-se junto ao eleitorado: um discurso que incorpora os principais pontos da retórica da esquerda nos últimos 20 anos.