

eleição
pseudonímico

A campanha e a turbulência

ÁLVARO DE SÁ

Os estudos sobre o comportamento dos sistemas, em todas as áreas, vão demonstrando que relações deterministas de causa e efeito somente são instrumentais dentro de uma certa normalidade em que as modificações ocorram lentamente e de modo aproximadamente uniforme. Se isto é válido para os sistemas dinâmicos da Física e para as situações lineares da Matemática, conforme aquelas descritas pela teoria das catástrofes, muito mais aplicável se torna quando a realidade dos sistemas sócio-políticos está em jogo. Nas condições críticas, estes sistemas, sob ações insignificantes, costumam evoluir rapidamente e de forma rigorosamente imprevisível, sem que se possa estabelecer onde ou quando irão se situar. Essas evoluções correspondem a aqueles curtos períodos das grandes transformações que marcam a História em seus pontos de mudança.

Estava a situação eleitoral, pelas características especiais, apontando para a precondição de instabilidade do sistema: os candidatos dos maiores partidos, sem votos; Collor, projetando-se como o campeão das pesquisas, mercê de uma proposta antigoverno; Brizola, restrito à extrapolação de posições regionais; Mário Covas, indangando-se sobre o rumo do eleitorado que generosamente o elegera senador; Maluf, apresentando-se como o cavaleiro andante da competência; Afif, forçando a passagem pela ala liberal, por falas e gestos; Lula, à espera de novos fatos insólitos que, como os de Volta Redonda, lhe desse respaldo para uma arrancada; Caiado, postulando um lugar para o ruralismo; Freire,

ESTADO DE SÃO PAULO

buscando provar a impossível candidez do comunismo e, finalmente, outros tantos embarcando na aventura eleitoral de expor o perfil, fixar as lendas e até alugá-las. Bem ou mal, a situação progrediu sem grandes lances, com os candidatos adotando as atitudes aparentemente tradicionais na cena política brasileira; comícios, apertos de mão, promessas, calúnias e mentiras; mas depois se submeteu ao novo alinhamento do quadro clean da telinha do horário eleitoral obrigatório, ao som das musiquinhas imbecilizadoras.

Frases de efeito substituíram mensagens sinceras

Quando alguém se deu conta, estavam todos com vinhetas e programas que supervalorizavam a mídia. O comício não era destinado a ganhar eleitores — era o “showmício” televisado para levar à telinha o espetáculo que estava sendo produzido pelo candidato. Os modos de apresentar as qualidades de cada um enfatizavam a mídia — desde os bastões verde-amarelos demolidores dos marajás, às bandeiras hombásticas e hollywoodianas, até à paródia das vinhetas da Rede Globo. Os grandes profissionais que assessoravam os candidatos vendiam o produto reverenciando a TV e sua linguagem. Na campanha que esteve oca e vazia, as frases de efeito substituíam as mensagens políticas sinceras esperadas pelo eleitor.

E este alguém que se deu conta disso, ao ver como os candidatos eram redundantes e maus comunicadores, chegou até a engendrar o extemporâneo lançamento de um apresentador profissional. Afinal, se o

meio era a mensagem, a idéia era trazer para este meio alguém que o caracterizasse completamente. Não era mais o caso de fazer um candidato virar comunicador, mas de transformar um comunicador em candidato. Pagava-se, assim, o tributo ao teórico Marshall McLuhan, que nessa área supera qualquer político tupiniquim.

É claro que tal manobra aproveitou o veto ao dispositivo eleitoral que impedia lançamento de novos candidatos não-filiados aos partidos até seis meses antes da eleição, veto este tramado pela composição entre os líderes partidários e o presidente Sarney, na esteira de um casuismo que permitisse substituir candidatos à vice-Presidência no segundo turno, que aliviasse as delongas nas composições internas dos partidos, enfim, que permitisse trazer sempre novas candidaturas.

Depois de utilizarem a mídia, com maquiagens e vinhetas, e de arrombarem a porta da seriedade eleitoral com um casuismo descarado, alguns candidatos, com toda a sua experiência na comédia brasileira, manifestaram surpresa com o lançamento da candidatura Silvio Santos, pelo PMB. Contudo, não tinham esse direito, porque seus partidos criaram aquela monstruosidade. Nós, cidadãos, eleitores, sedentes de depositar o nosso voto hoje para eleger o presidente do Brasil, que vimos a campanha escoar em monotonia, confundindo alhos e bugalhos, é que temos esse direito. E muito mais: nós é que precisamos de satisfações e estaremos sob a ameaça do caos.

Fato na rua, a frustrada candidatura de Silvio Santos, apesar de impugnado na Justiça, mostrou ser

capaz de gerar grandes efeitos sobre o sistema sócio-político, pois instaurou nele uma crise de final inédito, capaz de ultrapassar o simples quadro eleitoral. Não cabe a preocupação de quem foi, afinal, o mais prejudicado, ou se o voto da A migra ou não para B. Pelas reflexões desenvolvidas, todos, calouros da mídia, terminam sendo predados de uma fatia, menor ou maior, de seus próprios cacifes eleitorais. Porque neste momento, em que uma Espanha social-democrata vem dando um grande salto capitalista, em que Gorbachev revê o próprio marxismo-leninismo e quando se afirma a falência do pensamento clássico de direita, só os sectários e os ingênuos acreditarão na maioria do voto puramente ideológico. O que os eleitores aspiram é ao fim da inflação e à ordenação da economia, para já. Querem acesso aos bens. Querem melhores salários e melhor qualidade de vida. Querem um governante sério e corajoso, capaz de tirar o País do atoleiro e de recolocá-lo na marcha para o desenvolvimento e para a paz.

Na rua, aquela candidatura, mesmo impugnada, deixou na sociedade marcas e conseqüências que somente o tempo será capaz de desvendar. Mas, uma destas, pelo menos, parece provável, pois, se em política vale mais a versão do que o fato, o autor admitido da armação é o presidente José Sarney, sobre quem desabou a fúria dos políticos e do presidente eleito. Eles não perdoarão, jamais, a provação desta turbulência tão próxima do pleito. Seguramente, pelo menos, o fogo chamuscará a mão do fogueteiro.

Álvaro de Sá é diretor da Associação Comercial do Rio de Janeiro

15 NOV 1989