

A hora dos programas

Haverá quem se arrependa da aprovação do sistema de dois turnos no processo de designação do novo presidente da República; é preciso reconhecer, no entanto, que o sistema tem a vantagem não apenas de dar maior autoridade ao eleito, mas também de permitir aos eleitores pronunciar-se a partir de um programa e não apenas de vagas promessas. Não se pode desperdiçar essa rara oportunidade, cabe aos dois candidatos definir claramente seus programas, especialmente na parte econômica, a fim de que os eleitores que até agora puderam apenas votar neste ou naquele dirigente, possam finalmente optar em função de propostas concretas que lhes permitam apoiar um candidato que, qualquer que seja o eleito, não terá maioria no Congresso. Esse apoio efetivo é necessário para que o Legislativo se sinta comprometido com os resultados do dia 17 de dezembro.

Até agora, os candidatos, em suas apresentações, limitaram-se a enunciar vagas promessas, que davam impressão de que de fato vivemos na Ilha da Fantasia. Agora, cabe-lhes definir claramente seus objetivos, a filosofia que os sustenta a partir da experiência vivida em outros países e os meios

para alcançá-los. Não se pode mais brincar com eleitores que mostraram que são capazes de escolher sem se deixar enganar por vagas promessas. Embora elaborados e distribuídos em círculos restritos, os programas, agora, devem chegar ao grande público.

Cabe, em primeiro lugar, aos dois candidatos informar-se sobre a verdadeira situação da economia brasileira. Estamos certos de que os ministros da Fazenda e do Planejamento do atual governo estão prontos em fornecer todos os dados que candidatos à Presidência da República devem não só conhecer, mas também saber utilizar com a discrição que cabe a pessoas responsáveis. Não se entenderia, por exemplo, que, sabendo qual é o montante real de nossas reservas, divulgassem esse dado, que tem enorme importância estratégica no processo de negociação da dívida externa.

Nos próximos dias, os dois candidatos estarão preocupados em fazer alianças; isso significa que na próxima semana terão de concluir acordos. Esse é o limite máximo de tempo que se pode admitir para a preparação de um programa real, que nas suas grandes linhas já deveria ser do conhecimento público.

Quando falamos de programa, temos em mente que sua parte operacional não deve ser divulgada. Com efeito, não se justificaria, por exemplo, que os candidatos anunciassem que no dia 16 de março farão uma maxidesvalorização do cruzado novo. Eles têm de assumir certos compromissos em relação a problemas básicos. É o caso, por exemplo, do respeito do compromisso do governo atual em relação aos títulos da dívida interna. É preciso que uma declaração de ambos os candidatos seja clara neste sentido, se eles querem afastar uma grave crise que poderia desembocar logo na hiperinflação.

Existem, porém, opções básicas que devem ser claramente definidas. Elas não podem ser apresentadas de maneira genérica. Qual será a atitude dos candidatos diante da atual situação de superinflação, quais são as grandes linhas da sua política antiinflacionista, o que exige uma definição clara da posição em relação à privatização? Um candidato, na primeira fase da campanha, falou da estatização do sistema financeiro chegando a citar maus exemplos como os da França e o do México, que abandonaram um sistema que nunca atingiu a tota-

lidade do sistema bancário. O déficit público é elemento-chave da política de luta contra a inflação: tem de ser analisado no quadro real da situação brasileira em que o futuro presidente será preso a um orçamento que a nova Constituição revalorizou. Não será fácil para o novo presidente aumentar as receitas a não ser através de uma luta contra a sonegação, cujo efeito é duvidoso. Cortes de gastos podem ser feitos, mas a margem de liberdade do futuro presidente não irá muito além do que a capacidade de renegociar 2º do PIB.

Os dois candidatos têm de esclarecer sua posição quanto às exigências de uma verdadeira modernização, e notadamente definir qual é a sua posição sobre a abertura ao mundo.

Os eleitores comprovaram que não estão mais dispostos a se deixar enganar: ninguém pode prometer um transporte barato sem ao mesmo tempo esclarecer como poderá atingir tal objetivo. A era das utopias acabou. Temos de exigir verdadeiros programas e não vagos objetivos. Entramos numa nova fase eleitoral em que os eleitores serão muito exigentes. Os candidatos não podem esquecer disso.