



“É hora de reforçar as bases eleitorais. Lula veio a Brasília porque o PT voltou a crescer na capital”

David Fleischer, cientista político

ELEIÇÕES
94

Indecisos são a incógnita da reta final

Luiz Tajer 8.9.94



Fernando Henrique: depois de superado o caso Ricupero, mantém as esperanças de vitória mas precisa passar pelo vale-tudo dos últimos dias

ivaldo Cavalcante 12.7.94



Lula trocará as paisagens bucólicas do interior pelos megacomícios nos grandes centros urbanos para tentar uma arrancada final atrás dos votos

A AGENDA ATÉ O DIA 30 DE SETEMBRO

Agenda dos principais candidatos até 30 de setembro, último dia de campanha, segundo a lei.

Candidato	data	cidade	atividade
FHC	20	Rio de Janeiro	recebe adesão de artistas
	22	Fortaleza	comício
	?	Blumenau	comício
	?	São Luís	comício
	30	Santos	encerra a campanha com comício
LULA	21	Cuiabá	comício
	22	Belo Horizonte	caminhada na abertura da primavera
	23	Porto Alegre	comício
	25	São Paulo	comício
	27	Vitória	comício
	27	Rio de Janeiro	comício
	29	Salvador	comício
	30	Recife	encerra a campanha com comício
ORESTES QUÉRCIA	20	Florianópolis	comício
	21	Belém	comício
	22	Camagari (BA)	comício
	23	Campinas	comício
	24	Araraquara	comício
	29	São Paulo	encerra a campanha com comício
LEONEL BRIZOLA	?	Interior do RS	carreatas e corpo-a-corpo
	30	Porto Alegre	encerra a campanha com comício

PISANDO EM OVOS

Orientação de cientistas políticos e marketeiros para os dois principais candidatos até as eleições de 3 de outubro:

FHC

- Não participar do debate do dia 26, na ABL, para não sofrer ataques.
- Ficar atento a fatos novos, preparando respostas para possíveis denúncias.
- Estudar bem a agenda para não realizar comícios fracos.
- Reforçar nos programas de TV as vitórias do real: índices de inflação baixando, redução de preços e estabilização da economia.

LULA

- Mudar radicalmente o programa de TV.
- Lançar denúncias graves contra a campanha de FHC.
- Animar a militância petista.
- Incentivar a boca de urna para compensar a falta de movimento nas ruas durante os três meses de campanha.

Wladimir Gramacho

Mais 15 dias e lá se vão as esperanças dos candidatos urna abaixo. Cartazes, santinhos, outdoors, camisetas, adesivos. Os últimos dólares dos partidos não páram nos caixas de campanha; está chegando a hora do vale-tudo.

Depois das desastrosas confissões do ex-ministro Rubens Ricupero, os institutos de pesquisa voltam a apontar a tendência de vitória do candidato da coligação PSDB-PFL-PTB, Fernando Henrique Cardoso, em 3 de outubro.

“A influência das declarações de Ricupero foi momentânea e restrita aos eleitores esclarecidos dos grandes centros”, diz o diretor do Datafolha, Gustavo Venturi.

Para ele, os “descamisados”, ou quase isso, - determinantes na eleição de Fernando Collor em 1989 - já definiram seu candidato. “Eles têm até o 1º Grau completo, ganham mensalmente dez salários mínimos, ou menos, mas respondem por 70% dos votos”, avalia Venturi.

“O Plano Real foi feito para eles, e o voto deles é para o Plano Real”, afirma o diretor, que não acredita em grandes reviravoltas nas próximas duas semanas.

Cautela - O cientista político David Fleischer é mais cauteloso. “O número de indecisos é gran-

de. E nas últimas 48 horas, pelo menos 20% dos eleitores estarão se decidindo”, calcula.

Luiz Inácio Lula da Silva e o PT estão atrás desses votos. Confiante na tradição da militância - que sempre mostrou sua força às vésperas da eleição - os coordenadores da campanha apostam no segundo turno e na conquista dos indecisos.

“Acabamos de destacar um grupo para preparar a estratégia até 15 de novembro”, informa um entusiasmado Luiz Eduardo Greenhalg, vice-presidente do PT.

De acordo com a última pesquisa divulgada pelo Datafolha, 11% dos eleitores ainda não decidiram a quem dar o voto.

Azarões - Além dos indecisos, há alguns votos de Orestes Quércia (PMDB), Leonel Brizola (PDT) e Esperidião Amin (PPR) que devem migrar para os dois primeiros colocados nas pesquisas, avalia Fleischer.

Apesar do forte investimento nos indecisos, o resultado, segundo o cientista, é uma “caixa-preta” absolutamente imprevisível.

Especialista no colégio eleitoral mais traiçoeiro do país para os analistas políticos - Minas Gerais -, David Fleischer não arrisca uma previsão sobre o comportamento dos indecisos.