

6.ª edição

Presidencial

LUIZ PAULO HORTA

Símbolos nacionais

O GLOBO

Como era de esperar, a vizinhança das eleições (e, para alguns, a quase certeza da derrota) andou esgançando vozes. De simplificação em simplificação, e depois de alguns erros graves de estratégia, Lula dirigiu a sua pregação para o mote pouco inspirado de que "pobre não deve votar em rico".

Ora, se há alguma coisa que essa eleição está mostrando é que os problemas brasileiros não se prestam a análises simplistas.

O PT é uma vigorosa afirmação partidária, uma novidade importante na política brasileira. É um partido que parece vir realmente das bases, e isso é novo, e positivo. Mas o partido deixa-se trair, às vezes, por suas origens operárias (ou, melhor dizendo, ideológicas).

Ninguém pode ou deve negar suas origens. Essa aura trabalhista é indissociável do partido, tende a persistir seja qual venha a ser a sua evolução. Mas um partido que se refugia em condicionamentos classistas aliena, automaticamente, faixas

inteiras do eleitorado.

O PT está pagando, nesse terreno, um preço alto ao que sobrou dentro dele de esquematização marxista. A tendência marxista é simplificar o jogo da sociedade; é projetar uma espécie de física social onde as classes estão sempre se chocando, onde o dinamismo vem, como queria Hegel, e depois Marx, da dialética entendida como confronto.

Pode ser intelectualmente sedutor; mas o que se vê é que as sociedades, deixadas a elas mesmas (isto é, quando tinham opções), nunca funcionaram assim. Os "cruzamentos" são mais frequentes e mais fortes do que desejaria a dogmática marxista (o que não quer dizer que as classes não existam).

A indignação de que o PT se beneficiava antes do real não era classista: era da sociedade inteira; e assim Lula subiu além dos seus patamares normais de votação.

O cenário pós-real foge, igualmente, de conotações classistas. Há um desafoço generalizado com o que é ainda uma promessa de estabilização da economia; há a intuição de que o que aconteceu é o começo do que pode ser um caminho fecundo.

É fácil fazer o teste conversando

com pessoas de classes diferentes. O bombeiro lá de casa, por exemplo, não exatamente "povão" mas ainda alguém da classe média, desenvolveu, para minha admiração, um raciocínio do mais robusto senso político. Falávamos da confusão das eleições; e ele, matreiramente, não confessava o voto. Quando soube que o meu era Fernando Henrique, pareceu quase aliviado, e disse que também ia nessa direção. Por quê? "Porque o outro, doutor, não tem compromisso com o real. Ele até foi contra. Então, se for eleito, não vai fazer força para dar certo. E se der mesmo tudo errado, ele só ia precisar dizer: 'Eu não disse?' O Fernando Henrique é que inventou essa história de real. Então, vai ter de fazer força, e pode ser que assim dê certo."

Quanta gente por aí não está fazendo, conscientemente ou não, o mesmo raciocínio? Claro, relações de classe são coisa meio complicada; e agora que o Lula disse que pobre não vota em rico, pobre que se preza não anda por aí arrostando o preconceito, sacudindo bandeirinha. Mas que fazem o raciocínio, fazem.

E, nesse ponto, o erro estratégico do PT chega a ser surpreendente. Todo país tem os seus símbolos nacionais, que vão além das classes (a

idéia de um "internacionalismo proletário" não tendo rendido o que imaginavam seus inventores). Quem é alemão gosta de ver as coisas alemãs no alto. Pode ser a bandeira, feita para flutuar ao vento. Mas símbolo forte, mesmo, é a moeda — e qualquer um entende isso, sem precisar ser intelectual.

A moeda é o que está todo dia no bolso e na mão. A força da Alemanha moderna não é a Siemens nem a Volkswagen: é o marco. Assim como a força do Japão logo começou a ser medida em termos de ienes. Quando a Inglaterra, com problemas econômicos, teve de tirar a libra do sistema de oscilação coordenada das moedas europeias, o fato bateu em Londres, em Birmingham e em Liverpool como uma pancada no orgulho nacional.

E agora, aqui, o brasileiro pode dizer (com razão ou não) que o real é mais forte que o dólar. Frase espantosa! Propaganda política? Pode até ter esse efeito. Mas o real importa mais que a eleição. Confundi-lo com um simples projeto eleitoral é ofender a inteligência do povo. E, de cambalhada, perder pontos no Ibope.

Luiz Paulo Horta é editorialista do GLOBO