

# Tom da campanha

**É** só conferir pela televisão ou examinar atentamente as fotos que enfeitam as páginas do noticiário político: o presidente Fernando Henrique Cardoso deu a volta pelo lado e voltou com todo o gás, engrenando na badalação do terceiro aniversário do Real. Com gula de microfone e de câmeras, média de três discursos por dia; sempre à disposição dos repórteres que o seguem e o cercam para responder às perguntas que cobram palpites sobre as futricas do dia.

Rindo com todos os dentes, esbanjando bom humor nas piadas que variam a cadência dos pronunciamentos. Em plena maré da euforia, assim como quem, em vazante de caiporismo, encontra no fundo de gaveta o esquecido bilhete premiado.

Talvez seja precipitado o reconhecimento da virada da campanha, agora que ela começa, com o candidato à reeleição arrancando na frente e impondo o tom para o confronto. Mas, são claras as intenções do lance tático: o presidente enche as bochechas e sopra as três velinhas no coro do parabéns do Real para abafar o ruído surdo do embaraçado acampamento oposicionista e inunda o dique vazio com o jorro de estatísticas para todos os paladares e as mais diferentes serventias.

A programação, cuidadosamente armada com competente antecedência, recolheu dados de todos os setores do governo, submeteu-os aos testes cautelosos dos cruzamentos e verificação de desencontros, estabeleceu a hierarquia pela avaliação dos impactos na opinião pública e afinal, armou o palanque.

Estamos assistindo à operação de lançamento da ofensiva publicitária que ligou as sirenes dos êxitos do Real para despertar a atenção, atrair o apoio popular e ensurdecer a oposição. O desafio que se propõe é direto, sem meio-tons ou disfarces: o presidente e todo o governo jogam números na mesa, com estardalhaço audacioso e provocam a oposição a aceitar a luva para o duelo no campo que ele escolheu e com as armas que sacou do coldre. Convite de propósitos marotos. O governo é senhor das suas estatísticas, dono dos números que banca. E a estridência da festança natalícia, emendando encontros televisionados perante platéias de aplausos garantidos, como que amplia o estampido do foguetório.

O candidato preparou-se. Gráficos traçam a linha ascendente dos resultados de três anos de inflação domada em todas as áreas, inclusive nos espaços sociais alvejados pelas cobranças críticas, como saúde, desemprego, distribuição de renda, matrículas escolares, queda da mortalidade infantil, aumento nos índices de expectativa de vida. Estatísticas, gráficos, números, dados comparativos, com o retoque dos adjetivos, ofertam-se no alarido da efusão. O presidente puxa o cordão, expõe-se, discursa, fala.

Para que a campanha não murche, cedendo espaço, providenciou-se abastecimento para manter o balão no ar, com o bojo cheio e a bucha acesa. Os 42 projetos prioritários do programa Brasil em Ação terão acompanhamento orquestrado pela Assessoria de Comunicação da Presidência da República, de forma que a imprensa seja regularmente municiada de informações objetivas sobre o andamento das obras e de cada um dos planos.

Como se verifica, o governo mobiliza-se para carregar o seu candidato. E não há como negar o que é evidente. A reeleição não é o detalhe alegado pelo presidente — em qualificação pouco inspirada, pelas lembranças que evoca. Mas, a marca indelével do governo.

Tudo que ele faz ou faça terá o carimbo do claro sentido político, identificável pelo olho crítico da sociedade. Candidato não costuma esconder-se. Se o presidente jogou-se por inteiro na campanha, de Real em riste e entoando o discurso do segundo tempo de aceleração do desenvolvimento e do resgate social, deixe de cerimônia e assumo.