

Dinheiro é dúvida

ANDRÉ LACERDA

BRASÍLIA – O Partido dos Trabalhadores vai buscar migalhas de sua militância para enfrentar, com a candidatura Lula, a campanha que o PSDB deverá pôr em marcha no próximo ano para tentar reeleger o presidente Fernando Henrique Cardoso. A meta é arrecadar pelo menos R\$ 1 de cada um dos 18 milhões de eleitores que votaram em Luiz Inácio Lula da Silva na disputa de 1994, o que somaria o triplo do que o partido gastou ao longo da última eleição presidencial. Batizada de “Tostão de Milhões”, a campanha petista estará nas ruas depois da convenção nacional do partido, marcada para o começo de março.

“Não temos expectativa de conquistar grandes doadores. A nossa mensagem será dirigida àqueles com quem esperamos levantar os recursos: nossos militantes, dirigentes e simpatizantes”, explica a secretária Nacional de Finanças e Planejamento do PT, Clara Ant.

“Só iremos definir estratégias de arrecadação a partir de junho”, diz Paulo Pedrosa, secretário executivo do PSDB. O partido ainda não começou a pensar em como irá orientar a campanha do próximo ano, segundo informam os políticos do partido. “A única coisa que temos claro é a ética partidária, mas não temos nenhuma definição específica sobre financiamento de campanha.”

O PSDB, na verdade, está totalmente dependente das definições do presidente Fernando Henrique Cardoso e da equipe que comandará a campanha. O Orçamento do governo federal para o próximo ano destina R\$ 490 milhões para gastos com publicidade. Já o fundo partidário dará aos cofres do PT R\$ 5,28 milhões. “Esta é a escala da disputa que iremos enfrentar no ano que vem. Será a batalha do tostão contra o milhão”, profetiza Clara Ant. do PT.

Silêncio – As empresas que financiaram as campanhas dos dois principais candidatos da eleição de 1994 não gostam de falar sobre o assunto. As doações de pessoas jurídicas ao então candidato Fernando Henrique Cardoso somaram R\$ 32,2 milhões – 97% do total arrecadado pelo tucano. Para a candidatura Lula as empresas destinaram R\$ 2,6 milhões, enquanto outros R\$ 1,6 milhão vieram da militância petista.

Maior colaborador da campanha de Fernando Henrique Cardoso naquele ano, com R\$ 2,3 mi-

lhões, o Bradesco informou, através de sua assessoria, que “não comenta as doações feitas”. O Itaú, que doou R\$ 1,4 milhão para Fernando Henrique e R\$ 500 mil para o candidato petista, adota posição idêntica.

O presidente da NEC do Brasil, Gilberto Geraldo Garbi, informou, também por intermédio de sua assessoria de imprensa, que a doação de R\$ 250 mil à campanha do PSDB em 1994 se deveu “ao fato de a empresa ter entendido que a política econômica preconizada pelo partido era interessante para a NEC do Brasil”. “Neste sentido não temos do que nos queixar”, afirmou, em relação às atitudes do presidente Fernando Henrique Cardoso após eleito. Mas ninguém fala também sobre a próxima campanha e o financiamento dos candidatos.

Grandes financiadores – O PT ainda não estabeleceu a estratégia que norteará a busca por doações mais gordas – como as que o partido recebeu, por exemplo, do Banco Itaú e da Votorantim na eleição de 1994. Segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral, a instituição financeira doou à candidatura Lula R\$ 500 mil, enquanto a empresa de Antônio Ermírio de Moraes cedeu outros R\$ 110 mil.

Mas se depender das idéias que estão na cabeça da secretária que cuida das contas do maior partido brasileiro de oposição, o PT também irá atrás dos milhões dos grandes conglomerados. “Caso o partido entenda que qualquer doação, desde que legal, é válida, vou marcar conversas com todos os banqueiros, industriais e usineiros”, revela Clara Ant.

Deverão valer para 1998 as regras que o partido impôs a seus candidatos nas eleições do ano passado: evitar a concentração de doadores pessoas jurídicas, limitando cada contribuição a um máximo de 15% do total de gastos previsto, não prometer contrapartida às ajudas dadas e remeter os casos polêmicos à direção petista. “Com isso, 90% dos problemas estarão liquidados.”

No rol de opções para sustentar a candidatura Lula no próximo ano está o que Clara Ant chama de “cesta de canais”, uma forma de dinamizar e facilitar as eventuais doações para o partido. Vai desde a abertura de contas correntes em vários bancos até a criação de uma “poupança Lula”, aliada a iniciativas típicas do comércio varejista.