

PT vê temas como salvação da campanha

JORNAL DO BRASIL

PAMELA NUNES*

BRASÍLIA – O coordenador da campanha da frente de oposições, deputado Luiz Gushiken (PT-SP), disse ontem que a permanência do presidente Fernando Henrique Cardoso no cargo tornou a eleição uma disputa desigual. “Quando apontamos nossas carabinas, eles respondem com *panzers* (tanques, em alemão)”, comparou.

Gushiken comemorou, entretanto, o que considera acerto da estratégia do candidato Luiz Inácio Lula da Silva (PT), que concentrou a primeira fase de sua campanha em temas específicos. “Se não fosse isso, a esta altura já estaríamos liquidados”, afirmou.

O deputado petista reconheceu que a estratégia da campanha temática, em que Lula abordava a cada semana temas como agricultura, saúde, reforma agrária, educação e emprego, foi um risco, porque o principal adversário, o presidente Fernando Henrique, concorre à reeleição no cargo.

“Quando o Estado se transforma em comitê eleitoral, fica difícil concorrer em igualdade de condições”, afirmou. Mas, segundo Gushiken, foi graças às semanas temáticas que Lula conseguiu centralizar o debate político.

A campanha temática foi uma resposta à tática governista de apresentar Lula como candidato sem programa. “Preferimos nos antecipar. Isso obrigou o adversário a entrar em campo, anunciando programas e metas para fazer frente às propostas apresentadas por Lula nas últimas semanas. Conseguimos atrair o governo para o nosso campo”, exultou Gushiken.

O coordenador da campanha de Lula admitiu, entretanto, que “o debate das propostas de governo não provocou reverberação na socieda-

de”. Para Gushiken, a pouca repercussão deve-se a outro fenômeno criado pela reeleição: “A discussão está se dando em torno de ações de governo, não de propostas”.

Além do êxito estratégico da primeira fase, os petistas comemoram a melhoria do caixa da campanha. Em São Paulo, a tesoureira Clara Ant faz sigilo sobre o total arrecadado, mas já se fala em R\$ 1,5 milhão.

As dificuldades para arrecadar recursos no início da campanha obrigaram a coordenação a reduzir a distribuição de material para a militância. Com o início da propaganda gratuita de rádio e televisão, na terça-feira, a campanha de Lula entrará em nova fase, anunciou Clara.

Distribuição – “As bandeiras, as camisetas e todo o material já está sendo distribuído à militância”, disse a tesoureira da campanha de Lula. Os primeiros outdoors devem estar nas ruas na segunda-feira.

Na terça-feira, começa a funcionar a linha telefônica 0900, com a qual se espera aumentar a arrecadação de fundos. O número é 0900-110765, provido pela empresa Sys.Tec. Cada chamada vai custar R\$ 5, que serão cobrados na conta telefônica.

Com Lula no vídeo, a coligação oposicionista espera alavancar o candidato do atual patamar (23% a 25%) de intenções de voto nas pesquisas, mobilizando a militância com grandes comícios. Ontem, foi realizado o primeiro, em Recife.

Para Lula, a televisão dará “mais visibilidade” a sua campanha. Segundo o deputado Luiz Gushiken, o horário eleitoral gratuito será um canal direto com a população, para críticas ao programa das oposições e apresentação de propostas.