

É preciso esperar

Os estrategistas das campanhas de Fernando Henrique e de Lula coincidem num ponto: somente as pesquisas de opinião a serem divulgadas na próxima semana captarão o impacto do programa de propaganda eleitoral no rádio e na televisão sobre as candidaturas presidenciais. A pesquisa do Ibope divulgada na quinta-feira passada, que mostrou aumento de um ponto na vantagem de Fernando Henrique sobre seus adversários somados, ainda não pode ser considerada um retrato do novo momento. Segundo o próprio Ibope, nesse levantamento, 54% dos entrevistados não haviam visto uma vez sequer o programa eleitoral – e, em geral, quem o assistiu, o fez apenas uma vez. Dois terços dos que se declaram indecisos ainda não tomaram conhecimento da campanha no rádio e na TV.

Outro dado confirma que o impacto da propaganda na televisão na formação do voto ainda é pequeno: os índices de aceitação dos programas dos diferentes candidatos é praticamente o mesmo das intenções de voto de cada um. Apenas entre os que dizem que vão votar nulo ou em branco, há um dado que destoia desse quadro: 28% deles não gostaram de nenhum programa, 20% gostaram de Fernando Henrique, 9% de Lula e 3% de Ciro Gomes; mas 13% interessam-se pelas aparições de Enéas. Pelo visto, em termos relativos, o candidato do Prona pode colher nessa horta bem mais do que seus adversários.