

## COISAS DA POLÍTICA

■ ROSÂNGELA BITTAR

*eleição presidencial*Excesso de  
confiança

Depois de avaliar sexta, sábado e domingo os dados dos principais institutos de pesquisa a respeito do impacto da crise financeira internacional sobre a candidatura do presidente Fernando Henrique Cardoso, os assessores do presidente-candidato concluíram que, decididamente, este não deve ser um assunto para a campanha eleitoral.

Até agora, dizem as pesquisas, não houve influência negativa da crise sobre as chances de reeleição, mas se houver, em qualquer momento desta reta final, a reação será imediata e já está definida. E como será a reação capaz de restabelecer o curso de sucesso da candidatura? É um dos principais dirigentes da campanha quem responde: "O candidato reagirá governando, tomando medidas como presidente e as explicando à população." A campanha, então, vai se limitar a colher os resultados do contra-ataque do governo.

Desta forma, o comitê de campanha não pode, não sabe e nem vai opinar sobre este assunto, inteiramente sob o comando do governo. As análises dos dados sobre como a população está acompanhando a crise mostram, também, que, além de tudo, os que tentaram levar o assunto para a seara da campanha se deram mal.

Num exercício do absurdo, um dos principais auxiliares do presidente exemplificava, ontem, a impossibilidade de casamento entre crise e campanha. "Já pensou o que aconteceria se, em seu programa de terça-feira, o presidente propusesse o debate em torno da seguinte questão: estou pensando em fazer o controle cambial, o que vocês acham?"

O que vai entrar na campanha, sempre que for necessário recorrer a ataques mais duros aos adversários, são peças consideradas de defesa do Plano Real, que os especialistas mantêm bem separadas de qualquer conjunto associado à crise internacional e seus efeitos sobre o Brasil. O Real é o principal trunfo eleitoral e objeto da devoção dos mais pobres.

Nesse campo, a campanha conta com mais de 100 depoimentos inéditos, bem piegas, é verdade, sobre a moeda, que serão usados fartamente sem constrangimentos sempre que, nas pesquisas qualitativas feitas com grupos de eleitores, houver a constatação de que os adversários conseguiram criar dúvidas em torno da estabilidade da moeda.

São ainda conclusões do alto comando da campanha de Fernando Henrique as de que Luiz Inácio Lula da Silva, seu principal adversário, deu um tiro no pé ao explorar a crise nas eleições, mas o candidato adversário não tinha mesmo muitas opções, além desta, para jogar no tudo ou nada das últimas semanas de chance de passar ao segundo turno.

O excesso de confiança demonstrado pelos eleitores surpreendeu os analistas do governo e da campanha que manusearam os dados. Entre os consultados pelo DataFolha, por exemplo, 54% acham que Fernando Henrique é o mais preparado para enfrentar a crise, um índice maior que o da intenção de voto no presidente, 48%, em consulta nos dias 1º e 2 de setembro.

Também desta pesquisa se pode retirar outra evidência de que o otimismo do eleitor é um dado concreto com que podem trabalhar os homens de campanha, embora o medo da crise tenha sido elevado em todos os grupos da amostra: 42% dos consultados ainda acham que seu poder de compra ficará inalterado com a crise, 24% acreditam que vai aumentar e só 25% apostam numa redução.

Os dados da pesquisa Vox Populi, concluída em 1º de setembro, também animaram os coordenadores a se manterem no mesmo rumo com relação à crise. Definidas as medidas impopulares como sendo as de aumento dos juros, restrição ao crédito e aumento de impostos, 33% dos eleitores de Fernando Henrique defenderam a adoção destas medidas, 28% avisaram que não votarão se forem adotadas as medidas e 11% que votarão com mais convicção ainda se o presidente tomar as medidas. "O povo está muito maduro, a crise não apunhalou a candidatura pelas costas", comentou um dos analistas das pesquisas.