

Crise mundial sobe ao palanque

Coordenadores da campanha se preparam para evitar um desgaste de FH na reta final

Maria Lima e Cátia Seabra

BRASÍLIA

A tranquilidade que os coordenadores da campanha do presidente têm procurado passar nas últimas 72 horas esconde uma atenção especial à possibilidade de um desgaste da imagem de Fernando Henrique Cardoso nesta reta final. O que parecia ser um céu de brigadeiro para um candidato que tem chances de ganhar ainda no primeiro turno transformou-se num cenário nebuloso e já começa a provocar mudanças na campanha. Os marqueteiros já contam nos dedos os dias que faltam até 4 de outubro. Quanto mais rápido passarem estes 21 dias, menores serão os efeitos de um eventual desgaste.

— A gente está com a campanha redondinha, com curva ascendente. Mas vamos monitorar para ver se alguma coisa precisa mudar — já dizia o coordenador operacional Eduardo Jorge na tarde de quinta-feira, horas antes do aumento acentuado dos juros.

As mudanças incluem a redução de viagens, uma nova linha no horário gratuito e outra programação para o encerramento da campanha. Quebrando uma tradição das grandes campanhas, Fernando Henrique não vai encerrar a sua com um megacomício. Seus assessores estão discutindo alternativas como uma festa, mas não necessariamente com o povo na rua nem num grande centro.

A idéia inicial de manter a crise longe do horário gratuito foi revista depois de divergências no comando da campanha. A ênfase no que o presidente fez em quatro anos e no que faria em mais quatro começa a ceder lugar a explicações sobre a origem da crise e sobre as medidas tomadas pela equipe econômica para combatê-la.

O próprio FH tranquilizou estrategistas

Com base em pesquisas, acredita-se que a crise acaba beneficiando o candidato à reeleição. Mas o agravamento da situação e os boatos de substituições na equipe econômica, apesar de desmentidos, acenderam a luz vermelha no comitê central. Na reunião de sexta-feira no Alvorada com a cúpula da campanha, o presidente assumiu a tarefa de tranquilizar os estrategistas, convencendo-os de que tomara as medidas acertadas.

— O presidente nos tranquilizou a todos. Disse que está seguro de que tomou as medidas certas e vai mostrar que tem a responsabilidade de dirigir o país. Que não deixou de ser candidato para cuidar da candidatura — disse Euclides Scalco, coordenador político da campanha.

Ele avalia que a oposição pode explorar as medidas tomadas pelo Governo contra a crise, mas diz que o comando da campanha vai trabalhar para minimizar esse desgaste:

— Vamos aguardar para ver o descontentamento. Como vamos tomar uma medida agora se ainda não sabemos o que vai acontecer?

Na operação para evitar o desgaste do presidente no enfrentamento da crise, o publicitário Nizan Guanaes não está se limitando à tarefa de descobrir como melhor mostrar o problema na TV. Ele está sendo consultado também sobre como o Governo e a equipe econômica devem se comportar para explicar didaticamente as medidas adotadas. Isso incluiu sugestões sobre entrevistas do ministro da Fazenda, Pedro Malan, e até a divulgação da decisão do FMI de ajudar a América Latina.

FH só viajará a estados sem aliados divididos

A estratégia para atravessar estes 21 dias sem maiores percalços além dos efeitos da crise é só viajar aos estados onde o presidente não enfrenta problemas na base e onde ainda pode ajudar amigos. Até o ritmo das visitas oficiais está sendo reduzido. Como as pesquisas indicam que o eleitor gosta mais de Fernando Henrique no papel de presidente do que no de candidato, ele passará mais tempo em Brasília, ao longo da crise. Um encontro com empresários em São Paulo e viagens às cidades de Cascavel (PR) e Urucu (AM) já foram riscados. Sobraram apenas rápidas aparições em estados como Alagoas, onde aliados pedem socorro ou o presidente precisa garantir votos.

— O momento está exigindo muito mais dele como presidente do que como candidato — explicou o responsável pela agenda do candidato, José Expedito Prata.

De 22 de junho a 5 de setembro Fernando Henrique voou 38 mil quilômetros, como presidente ou candidato. Foram 19 visitas a estados e 30 passagens em cidades, sendo que algumas foram visitadas mais de uma vez. A menos que um novo fato político desponte, esse ritmo, que já não é dos mais acelerados, será bem reduzido a partir de agora.

Com o anúncio das primeiras medidas econômicas contra a crise, que se restringiam a cortes no Orçamento da União, a estratégia era mostrar nos programas de TV que elas não teriam um impacto direto no bolso do cidadão comum. Mas, agora, com o aumento substancial das taxas de juros, os reflexos sobre a população devem aumentar e a avaliação é que o eleitor se ressentiria se a conduta do presidente não se alterasse. Segundo Scalco, quanto ao novo programa de governo, que continua mantendo as metas anteriores, o que não puder ser feito no primeiro ano pode ser compensado nos três anos restantes:

— O programa não está sendo irrealista. Os cortes no Orçamento são conjunturais. A crise não vai durar quatro anos. Se durar, é o fim do mundo. Se o próximo ano for de aperto e não der para cumprir as metas, compensa-se nos outros três. ■



FERNANDO HENRIQUE: mudanças na campanha incluem explicações no horário eleitoral sobre a origem da crise e as medidas tomadas pelo Governo para combatê-la



LULA RADICALIZOU o discurso com a crise: “O que pode favorecer a minha campanha é a compreensão do povo de que este país não pode estar subordinado à agiotagem”