

Crise afeta arrecadação da campanha do presidente

Custos ficam mais elevados por causa da inflação acumulada e comando precisa angariar mais de R\$ 20 milhões

Catia Seabra e Maria Lima

• BRASÍLIA. A crise mundial já começou a afetar os cofres da campanha de Fernando Henrique. Até agora, o comitê eleitoral do presidente não conseguiu arrecadar os R\$ 33 milhões recebidos na eleição passada. Só que, com a inflação acumulada de 60% nos últimos quatro anos, os custos estão mais altos e o comando da campanha precisa arrecadar pelo menos R\$ 53 milhões.

A alternativa que a coordenação financeira da campanha encontrou para arrecadar os cerca de R\$ 23 milhões que ainda precisam entrar no caixa até 4 de outubro foi o encaminhamento de cem mil cartas para eleitores das classes média e alta pedindo contribuições que variam de R\$ 50 a R\$ 200, sendo que os colaboradores podem contribuir com valores menores ou maiores se desejarem. O sistema de arrecadação 0900 foi deixado de lado porque atinge as classes D e E, tendo um retorno mais baixo.

A previsão de arrecadação só com o sistema da mala direta é de cerca de R\$ 1,5 milhão a R\$ 2 milhões, o que daria para cobrir o déficit estimado de R\$ 1,3 milhão até agora. Entre os cem mil prováveis doadores estão cerca de seis mil que colaboraram na campanha de 94 ou que colaboraram modestamente para a reeleição. O convite para contribuir é feito pelo próprio presidente, que assina as cartas endereçadas pelos eleitores cadastrados pelo comitê. Outra carta, assinada pelo tesoureiro da campanha, Bresser Pereira, e pelo coordenador de finanças e marketing, Egydio Bianchi, diz: "Fernando Henrique lutou para defender o Real das turbulências da economia globalizada, e conseguiu (...). Contribua como militante, apoiador financeiro, formador de opinião".



Arquivo

O PRESIDENTE FERNANDO Henrique Cardoso: campanha eleitoral prejudicada pela crise econômica

Segundo Bianchi, os gastos com os programas de TV e rádio é que estão mais altos. Mais sofisticados, vão consumir 30% de todo o orçamento. A estimativa é de que essas despesas com publicidade custem R\$ 15 milhões. Em contrapartida, os doadores estão com a mão mais fechada:

— De um modo geral, todas as turbulências financeiras deixam as pessoas intranquias.

Ainda segundo Bianchi, muitos colaboradores em potencial acreditam que a disputa já foi vencida por Fernando Henrique. Além disso, admite, muitos que contribuíram em 94 sofreram com a crise internacional:

— É claro que tem gente mais sólida. Mas também tem muita gente que quebrou.

Ontem a tesouraria da campanha de Fernando Henrique, que

trabalha com cerca de 40 credores e movimenta R\$ 1 milhão por dia, contava com uma sobra de caixa de apenas R\$ 60 mil. Numa reunião em São Paulo, a coordenação de finanças do comitê decidiu intensificar o trabalho de arrecadação, procurando até quem já fez doações.

— Hoje não temos um tostão em caixa. O pessoal acha que a campanha já está ganha e arriou a mochila. Mas não é assim. Ainda temos 20 dias pela frente — disse Bianchi.

A crise, em compensação, traz dividendos para o presidente. Amparado em pesquisas diárias, o comando da campanha insiste que a crise mundial tem favorecido Fernando Henrique, mesmo depois do aumento da taxa de juros, medida que tem reflexos diretos no bolso do brasileiro. Co-

ordenador operacional da campanha, o ex-ministro Eduardo Jorge Caldas garante que as pesquisas apontam para um crescimento do presidente nas pesquisas. O eleitor, argumenta Eduardo Jorge, considera o presidente o candidato mais preparado para enfrentar as turbulências:

— O reflexo é que ele está subindo. Mesmo assim (com o aumento expressivo dos juros), ele subiu. As pesquisas mostram isso — assegurou Eduardo Jorge.

A crise também deverá continuar ocupando espaço do programa eleitoral gratuito. Segundo integrantes do comando da campanha, o tema voltará à cena cada vez que os adversários lançarem dúvida sobre o futuro do Real, dizendo, por exemplo, que o país vive sob a ameaça de um drástico pacote. ■