

PT investe em “mutirão de voto”

Eleição-Residencial

20 SET 1998

■ Frente de esquerda quer conquistar os indecisos na reta final

JORNAL DE BRASÍLIA

Davi Zocoli

São Paulo - O comando da campanha de Luiz Inácio Lula da Silva (PT), candidato a presidente da República pela maior frente oposicionista, articula uma espécie de mutirão do voto para tentar na reta final converter eleitores de Fernando Henrique Cardoso, não muito convictos, a mudarem de opinião. Outra frente de ataque será sobre os indecisos, estimados em 15% pelo PT. A coligação União do Povo Muda Brasil avalia que precisa de 4 milhões de votos para forçar um segundo turno, que as pesquisas até o momento apontam como improvável.

Em palanque armado em Belo Horizonte na última quarta-feira, Lula já ensaiou esse apelo, convocando a multidão do comício, estimada em 20 mil pelo PT, a converter um “fernandista” e trazê-lo ao próximo comício da oposição na capital mineira, dia 29. A cúpula do PT aposta que, se cada um dos 2 milhões de militantes convencer dois eleitores, ainda é possível uma segunda rodada eleitoral na corrida presidencial. Uma bateria de 12 grandes comícios já está agendada, a maioria deles em capitais. O primeiro acontece hoje, no fim da tarde, na Praça da Sé, em São Paulo.

“Existe ainda um número significativo de indecisos e 25% dos eleitores condicionam seu voto em Fernando Henrique à evolução da crise. Há mudanças nos humores do eleitorado”, diz Marco Aurélio Garcia, historiador e coordenador do plano de governo de Lula. Segundo ele, a oposição conseguiu pôr a crise financeira que abala o Brasil na pauta da eleição. “Hoje, o eleitor já sabe da crise, sabe que ela vai atingi-lo e até acha que as soluções do Governo não são as adequadas, conforme mos-

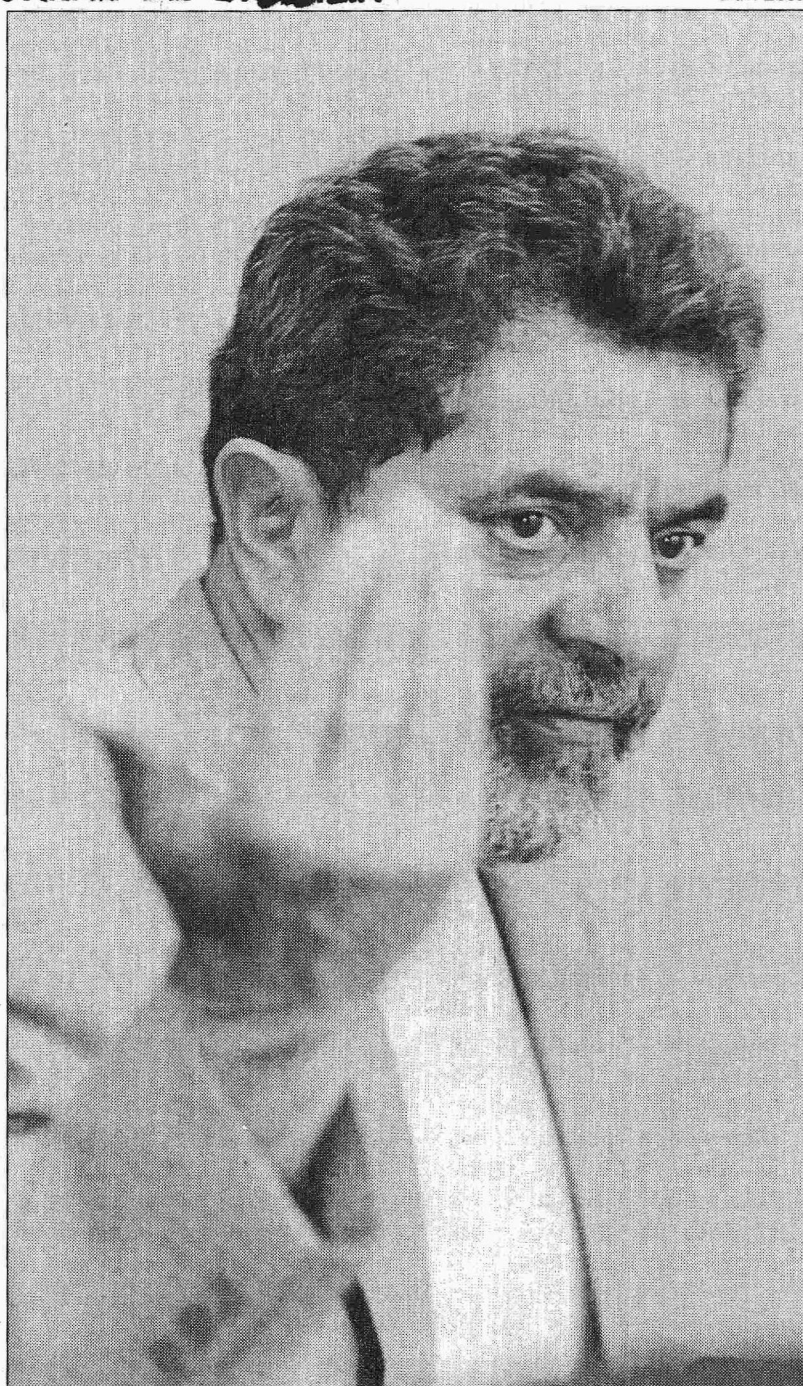
tram as pesquisas. O que nos falta é convencer que Lula é o mais preparado para enfrentá-la”, completa o historiador.

Garcia diz que, paradoxalmente, a posição de Lula era pior há um mês, quando poucas pessoas sabiam da crise e tinham dificuldade para entender quais os efeitos dela em suas vidas. “Parecia que estávamos falando assírio. A crise era uma abstração para a maioria das pessoas. Agora sabem que Papai Noel não virá em setembro [com o FMI] e nem mesmo em dezembro”, ironiza o professor da Universidade Estadual de Campinas.

“Antes tínhamos dificuldades para entrevistar pessoas na rua para o nosso programa de TV. Hoje, forma fila”, diz Ozéas Duarte, coordenador de comunicação da campanha, que vê nisso um bom indicador de que a insatisfação é crescente. Para ele, a militância também começa a mostrar mais ânimo, embora assessores de Lula teriam identificado um grande desânimo em relação ao próprio candidato das esquerdas.

Voto útil

O arrastão do voto que o PT pretende realizar inclui desde o discurso dos efeitos da crise, que já começam a ser sentidos principalmente nas fábricas e no comércio, até o “voto útil ao País”, que pode inclusive não ser em Lula. “É um voto-seguro. Achamos que esse é um momento de tomar uma decisão mais pensada, mais lenta. Primeiro, um segundo turno permitiria o conflito de idéias, porque Fernando Henrique tem fugido ao debate olho no olho. Em segundo lugar, permitiria ao eleitor uma fotografia mais clara do País e evitaria um estelionato eleitoral”, diz Garcia, referindo-se à possibilidade do presidente-candidato vencer em 4 de outubro e baixar um pacote econômico no dia seguinte.



LULA enfrentará maratona de comícios nas principais capitais

O deputado federal José Genoíno (PT-SP), que também integra o comando da campanha, diz que, “se o eleitor optar por FH num segundo turno, pelo menos as coisas ficarão mais claras e ninguém vai poder reclamar, porque o PT não se omitiu”. A rigor, os petistas ima-

ginam que o Governo não poderá esperar mais três semanas, depois de 4 de outubro, para tomar medidas impopulares. Em tese, um pacote favoreceria Lula num segundo turno. E mesmo que saísse derrotado, com polarização do eleitorado, o partido sairia fortalecido do pleito.