

Sem emoção e sem debate

23 SET 1998

ESTADO DE SÃO PAULO

Excepto por uma turbulência que pode ser fatal para a estabilidade monetária, mas não vem ao caso, a campanha presidencial está chegando ao fim dentro do script traçado pelos estrategistas do Palácio do Planalto. De hoje até as eleições do dia 4, teremos mais quatro sessões de propaganda eleitoral no rádio e na televisão e é pouco provável que isso altere a tendência desenhada pelas pesquisas – se é que a propaganda no horário obrigatório teve alguma influência na curva desenhada pelos candidatos. No máximo, serviu para cristalizar a imagem que, durante quatro anos, o presidente Fernando Henrique Cardoso construiu sobre ele mesmo e seu governo.

Não há nada, na atual campanha, do clima de nervosa improvisação normalmente característico da temporada. Apenas uma vez o presidente candidato foi obrigado a fazer uma alteração de emergência na propaganda e, mesmo assim, para corrigir um erro dele mesmo, não uma estocada dos adversários. Foi quando anunciou, na hora do almoço, que não ia ficar “de joelhos” diante do mercado e foi jantar, horas mais tarde, com a taxa de juros nas nuvens, como queria o mercado. Houve um princípio de pânico no comitê, pois o episódio guardava algumas características dos acidentes de percurso comuns em eleições. Não era um desastre como o que envolveu o ministro Rubens Ricupero (“o que é ruim a gente esconde, o que é bom a gente fatura”), na campanha de 1994, mas era grave.

Prevendo o ataque da oposição, FHC gravou um programa especialmente para explicar as razões do aumento dos juros, com argumentos que faziam crer que ele tinha avançado sobre os especuladores e não o contrário. Quando Lula da Silva entrou no ar, em seguida, a versão oficial já estava de pé. Nem foi tão emocionante assim. Graças às regras em vigor, o candidato teve 48 horas para calcular a estratégia, pois a propaganda eleitoral não é mais diária, como antigamente. O presidente

teve de improvisar a mensagem durante um jantar de gala em São Paulo, alguns assessores do comitê gastaram adrenalina em excesso, mas foi tudo.

A historinha ilustra a modorra da terceira eleição presidencial brasileira depois da ditadura. Uma campanha compacta, reduzida pela legislação eleitoral a 20 programas alternados, despolitizada pela influência cada vez maior dos marqueteiros e que deve passar à história como breve hiato entre o primeiro e o segundo mandatos de FHC. Não se pode culpar candidatos e eleitores por isso, embora o Planalto tenha trabalhado pela redução dos prazos e a oposição não tenha conseguido reagir à altura do desafio.

Pode-se apenas lamentar a falta de um debate, um confronto direto entre os principais candidatos. A lei permite debates em gru-

pos de pelo menos três candidatos. Isso pouparia o presidente de baixar-se ao nível do homem da bomba atômica ou daquele que se diz o único capaz de derrotá-lo, mas FHC preferiu reservar a hipótese para um segundo turno cada vez mais improvável, apesar das pequenas variações na última pesquisa do Ibope publicada hoje no Estado.

O senador Eduardo Suplicy (PT-SP) enviou ontem correspondência ao presidente da República lembrando o, di-

gamos, detalhe que falta para completar o processo. As chances de FHC aceitar o desafio são tão remotas quanto as de ele ter lido a carta de Suplicy antes que cópias tivessem sido distribuídas às redações. O senador Suplicy gosta tanto de debates como de tornar pública sua correspondência com o presidente, atitudes corretas na vida pública.

O debate seria útil até para delinear a posição dos derrotados. Afinal, a se confirmar o massacre delineado nas pesquisas, governo e sociedade precisarão ter na memória o rosto da oposição. Ela será necessária, como interlocutora no futuro próximo, se também forem confirmadas previsões sombrias na área econômica.



■ Ricardo Amaral é jornalista

Confronto direto ajudaria a reter na memória de todos o rosto da oposição; ela será necessária