

Crise torna eleitor mais exigente

Sandra Nascimento
de São Paulo

O presidente Fernando Henrique Cardoso — primeiro colocado nas pesquisas de intenções de voto, com média de 48% — poderá lançar o pacote econômico que quiser que a sua reeleição estará garantida, provavelmente já no primeiro turno.

Essa é uma das conclusões da segunda pesquisa Global Research, que compara as características da personalidade dos atuais postulantes ao Palácio do Planalto com o que seria o candidato ideal, sob o ponto de vista do eleitor.

Para combater as ameaças da atual crise econômico-financeira, o eleitorado brasileiro quer um presidente muito experiente, atuante, verdadeiro, culto e ousado.

Dos candidatos, FHC é, segundo

a Global, o que mais se aproxima do perfil considerado ideal, apesar de perder no quesito “verdadeiro”. Já o principal candidato da oposição, Luiz Inácio Lula da Silva (PT) — com 24% nas intenções de voto —, também não conta muito com a credibilidade do eleitor, com o agravante de não ter experiência.

Em relação à primeira pesquisa, realizada em agosto, o eleitorado demonstrou estar mais exigente, aumentando as expectativas em torno do candidato ideal que, em tese, não mudaria de forma significativa, já que o ideal continua sendo o ideal.

“O eleitor está mais maduro, presta mais atenção às notícias vinculadas pelos meios de comunicação”, disse o diretor-presidente da empresa, Roberto Secches. E a conclusão a que chegam os eleitores,

pela pesquisa, é que Fernando Henrique não é o culpado.

“Com a não realização de algo mais concreto até agora por parte do governo, o presidente piorou a sua imagem no que se refere ao item *ser verdadeiro*”. Em compensação, melhorou em aspectos importantes ligados a sua experiência e formação.

Em agosto, FHC tinha 57% das características consideradas ideal. Subiu para 61%. Lula preenchia 34% desse perfil e agora tem 39%.

A Global Research iniciou neste ano a adaptação de uma já tradicional pesquisa de consumo ao campo político-eleitoral. Até agora, seus clientes não admitiram divulgar os resultados. “Os pontos negativos têm que ser trabalhados internamente. Divulgar seria um tiro no pé”.