

FHC e Lula apostam em aumentar votação

Comitê da reeleição quer reduzir nível de abstenção, enquanto campanha do PT convoca ação de militantes

GERSON CAMAROTTI
e VERA ROSA

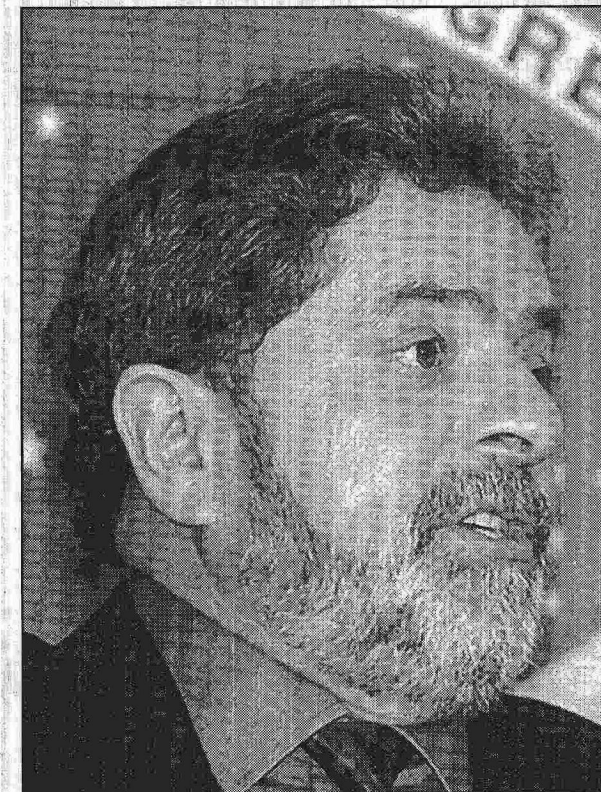
BRASÍLIA— O comitê da campanha da reeleição do presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB) vai apostar todas as fichas, na reta final, para evitar um alto índice de abstenção. Para reforçar essa estratégia, o próprio Fernando Henrique aparecerá no último programa eleitoral de TV, amanhã, pedindo à população que vote domingo. Na outra ponta, a propaganda do candidato do PT, Luiz Inácio Lula da Silva, tentará animar os militantes a sair às ruas e virar o jogo. Com forte apelo emocional, o programa de encerramento de Lula no horário gratuito insistirá na multiplicação dos votos.

“Convença uma pessoa do outro lado a votar no Lula”, diz o ator Jonas Bloch em um dos comerciais políticos que já está sendo veiculado. Essa idéia será repetida no programa final do horário eleitoral, que apresentará um clipe com cenas dos principais comícios e carreatas do petista, embalado pelo jingle *Coração Brasileiro*. Na terceira corrida presidencial, Lula percorreu cerca de 62 mil quilômetros desde 6 de julho.

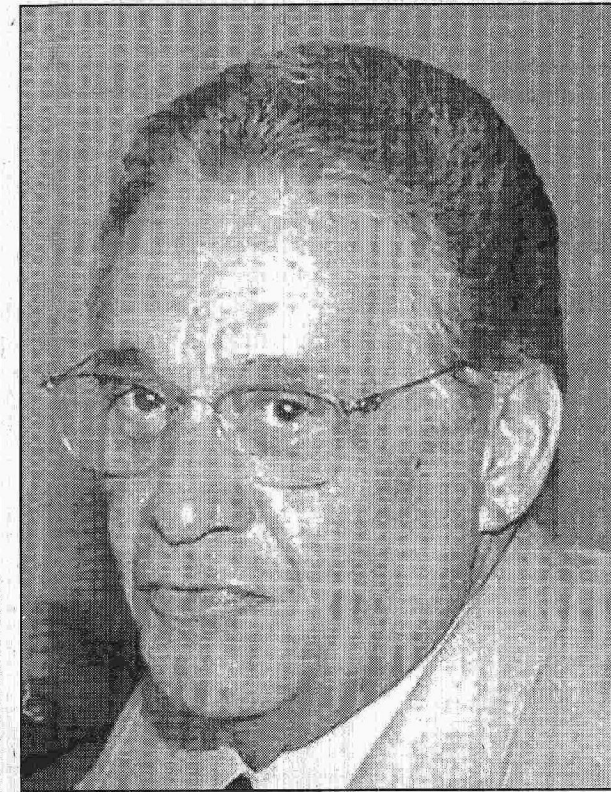
Como a coligação de apoio a Fernando Henrique não dispõe de uma militância tão aguerrida, se comparada com a do PT, o comitê da reeleição definiu como principal instrumento de ação para mobilizar o eleitorado os candidatos a deputado federal e estadual. Os coordenadores da campanha tucana mandaram um recado para todos os comitês estaduais, advertindo que a ajuda dos candidatos aliados é “importantíssima” para dar ao presidente uma votação consagradora, acima dos 50 pontos percentuais.

Cálculo — A avaliação dos tucanos é que, a esta altura, só as abstenções poderão impedir Fernando Henrique de obter esse resultado nas urnas. Eles acham que, com uma votação recorde, o presidente vai ter mais força política para fazer o Congresso aprovar as reformas e selar um pacto para enfrentar a crise financeira. O alvo do PSDB é a mais grossa fatia do eleitorado que não tem compromisso sério com o voto — a mesma que elege Fernando Henrique.

Os marqueteiros do presidente não se deram conta de que a estra-



O petista: comerciais chamam para a boca-de-urna



O presidente: tática de buscar o 'eleitor preguiçoso'

tégia de deixar a campanha em banho-maria para neutralizar o debate entre os candidatos acabou esfriando o próprio interesse do eleitor pela disputa. Por isso, os coordenadores do comitê da reeleição começaram a se preocupar com a necessidade de assegurar o voto do “eleitor preguiçoso”. Motivo: como eles mesmos admitem, a campanha não apaixonou. “Nossa principal estratégia é levar o eleitor às urnas”, afirmou o coordenador de mobilização do comitê de Fernando Henrique, José Abrão.

“O que há é uma predisposição de evitar o segundo turno porque, nessa fase, a eleição muda de caráter e o debate torna-se obrigatório”, sustentou Lula. Antes de embarcar no fim da tarde para Porto Alegre, onde fará comício hoje, o petista passa o dia de hoje no estúdio, reunido com a cúpula do PT. Sua idéia é aproveitar o último programa eleitoral para pedir, de forma mais enfática, uma chance para que haja a segunda rodada da disputa.

“Será um programa para cima, de esperança, e Lula vai apresentar-se como a opção de voto que representa estabilidade econômica com justiça social, criação de empregos e valorização da indús-

tria”, resumiu o publicitário Duodu Godoy, um dos responsáveis pela propaganda de Lula. Muitos artistas e integrantes do conselho de notáveis do candidato petista, como o arquiteto Oscar Niemeyer, reaparecerão no programa de encerramento.

Exército — A frente de esquerdas que apóia Lula calcula que terá um exército de aproximadamente 500 mil fiscais no dia da eleição, além de 1 milhão de militantes nas 300 maiores cidades, com mais de 50 mil habitantes. A coordenadora de mobilização petista, Sônia Hypólito, informou que o mutirão pelo voto será reforçado a partir de sábado. “Será um corpo-a-corpo, com visita de casa em casa”, contou ela, acrescentando que o material

de campanha (panfletos, camisetas, fitas, broches e bandeiras) já foi enviado para os Estados. Um dos panfletos que está sendo distribuído explica a crise em linguagem didática.

A coligação que dá aval a Fernando Henrique, por sua vez, promete uma megaoperação: pôr nas ruas 750 mil fiscais e 1,5 milhão de militantes para estimular a população a votar e, ao mesmo tempo, verificar as dificuldades que

as pessoas possam ter. Esse contingente estará nas ruas na sexta-feira, no sábado e no domingo, com bandeiras e camisetas. Também foram distribuídas 40 mil cartilhas para os comitês regionais “ensinando” o eleitor a votar.

“A preocupação é com o voto errado”, observa Abrão. Ele diz que a mobilização não fere a Lei Eleitoral, que proíbe a concentração de pessoas, comícios ou boca-de-urna, mas não impede o militante de vestir a camisa do candidato ou segurar a bandeira. “Já temos a intenção de voto, agora precisamos ter o voto”, constata o deputado José Jorge (PFL-PE), cauteloso, ao lembrar que pode existir diferença entre a pesquisa e a votação. Jorge ponderou aos coordenadores da campanha de Fernando Henrique que, como haverá um intervalo entre o fim do programa de rádio e TV, quinta-feira, e o dia da eleição, no domingo, era preciso preencher esse vácuo com algum fato, para combater o desânimo do eleitor. Foi assim que o comitê montou a estratégia para a reta final, que prevê militantes nas ruas já na sexta-feira.

Mas, se depender das pesquisas, Fernando Henrique vencerá a disputa no primeiro turno. Segundo o cientista político Marcos Coimbra, diretor do Instituto Vox Populi, o presidente tem, atualmente, 42% de votos espontâneos. “A diferença para os demais candidatos é de 15 milhões de votos”, calculou Coimbra.

■ Colaborou Cláudia Carneiro



**COLIGAÇÕES
PLANEJAM TER
MAIS DE 500 MIL
FISCAIS NO DIA**