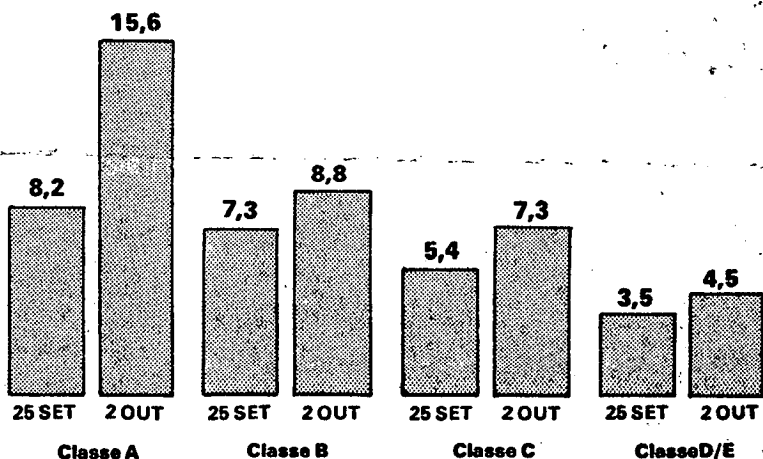


Boa notícia para os tucanos

Mário Covas deu um salto junto aos eleitores da classe A e subiu também em todos os outros segmentos



Covas ganha pontos em todas as regiões

Senador quase dobra preferências na classe A e tucanos esperam pelo “efeito concêntrico”

MARILENA DÊGELO

A marcha lenta utilizada com insistência pelo candidato do PSDB, senador Mário Covas, criticada pela maioria dos tucanos, demorou, mas finalmente levou a resultados positivos: ele foi o único a crescer de forma homogênea — em todas as classes sociais e regiões do País — da primeira para a segunda semana do horário eleitoral gratuito no rádio e na televisão. A pesquisa nacional do Instituto Gallup revelou ainda um dado mais otimista para os tucanos. Covas quase dobrou o índice de preferência da classe A: passou de 8,2% para 15,6%. “Se bateu bem na classe A, que tem mais acesso à informação, a tendência agora é repercutir na periferia”, entusiasmou-se o senador José Richa, coordenador da campanha.

O chamado efeito concêntrico, segundo o cientista político Bolívar Lamounier, faz com que o eleitorado das outras classes sociais siga a preferên-

cia da classe A. O candidato do PL, Guilherme Afif Domingos, foi beneficiado por esse efeito na primeira semana do horário gratuito. A última pesquisa do Gallup mostra pequena queda de Afif na classe A — de 27,0% para 24,5% —, mas em compensação um crescimento nas classes B, C, D e E. Nas últimas duas, ele dobrou o índice de 2,5% para 5,0%. Embora tenha melhorado em todas essas classes, Covas não atingiu ainda percentuais tão altos.

Mas o desempenho do candidato do PSDB na segunda semana do horário gratuito agradou a eleitores de todo o País. Nas regiões Norte e Centro-Oeste, Covas foi o candidato que mais cresceu: de 3,1% para 5,9%. Na Região Sudeste, onde se concentram os maiores colégios eleitorais, o tucano só não foi mais bem-sucedido que Paulo Maluf. Ele passou de 6,6% para 8,5%, enquanto o candidato do PDS subiu de 8,8% para 12,3%. Nas Regiões Nordeste e Sul, Covas cresceu, 1,4 ponto percentual. “O nosso maior desafio está cumprido: Conseguimos torná-lo mais conhecido nacionalmente”, frisou Richa. “Depois desta deslanchada nas pesquisas, as pessoas começarão a acreditar que ele pode ganhar.”