

Após escândalo, falta dinheiro até para caixa 2

Empresários, tesoureiro e consultor concordam: doação para candidatos virou negócio arriscado

SILVIO BRESSAN
e PATRÍCIA CAMPOS MELLO

A montanha de dinheiro encontrada na empresa da governadora Roseana Sarney e de seu marido, Jorge Murad, talvez não seja dinheiro de campanha, mas assustou tanta gente que pode transformar esta eleição na mais barata desde que o brasileiro voltou a votar em um presidente, em 1989. Mesmo o caixa 2, recurso usual de candidatos e empresários para esconder as contribuições mais pesadas, deve diminuir de tamanho. Se os empresários já tinham motivos suficientes para não contribuir, agora têm razões de sobra para temer pelo destino do dinheiro. A visão da dinheirama apreendida e a queda livre da pré-candidata do PFL nas pesquisas passou a freqüentar o pesadelo de alguns financiadores. Para o empresário é o pior dos mundos: dinheiro perdido num negócio que jamais dará retorno.

"Nesse ano, vou tomar o dobro de cuidado", diz um empresário paulista que chegou a doar US\$ 100 mil na campanha passada. "O medo agora é topar com sujeitos que somem ou com candidatos que não decolam mais." Segundo ele, essa temporada de pré-campanha é a época mais perigosa. "Sabe-se que há custos antes de começar a campanha, então você só pode fazer doação ilegal."

A falta de dinheiro não é surpresa para o cientista político Gaudêncio Torquato, especialista em marketing e consultoria. Desde que o Ministério Público foi criado, a mídia começou a atuar com mais liberdade, o Estado passou a privatizar grandes setores da economia e as leis controlaram melhor o gasto público. O caixa 2 das campanhas eleitorais tornou-se um "investimento" cada vez mais arriscado. Para Gaudêncio, os riscos compensam cada vez menos.

"O aperto crescente da mídia e do Ministério Público tem assustado políticos e empresários", anota o consultor. "Depois disso, ainda veio a Lei de Responsabilidade Fiscal, que limitou ainda mais os gastos dos administradores públicos." Mesmo com essas restrições, o risco poderia valer a pena, se o Estado ainda conservasse suas grandes obras, como usinas e estradas. "O problema é que, depois das privatizações, o Estado tornou-se menor e a reciprocidade de benefícios ficou estreita", afirma Torquato.

A estratégia era simples, segundo um ex-tesoureiro de campanhas em São Paulo. "Para manter ou obter um contrato



com a Cesp, muitos empresários se empenhavam na eleição do próximo governador", explica. "O mesmo acontecia com grandes empreiteiras interessadas em construir estradas e hidrelétricas." Agora, compara ele, apenas os grandes bancos e empreiteiras ainda pingam nos caixas eleitorais. "Mas só onde tem uma grande obra, porque a fatura é sempre cobrada."

Também faziam a festa as grandes indústrias de papel, gráficas, malharias e locadoras, que doavam porque também faturavam muito. "O candidato encomendava 5 milhões de santinhos, mas a gráfica emitia uma nota por 500 mil. O resto não entrava na contabilidade", revela o tesoureiro. Nas locadoras, o esquema era igual. "O partido alugava cem carros, mas só pagava oficialmente por 30."

Metade – Apesar das dificuldades em controlar essas despesas, o especialista acha que a fiscalização mais rígida pode intimidar muita gente. "Se alguém tiver o cuidado de conferir o gasto de combustível e comparar com os carros alugados, talvez encontre algumas surpresas", sugere. De qualquer forma, ele admite que o caixa 2 não ficou imune à crise no financiamento das campanhas. "Depois de tantos escândalos, acho que esta eleição vai custar metade das outras", arrisca.

Além desse fator e das privatizações, o tesoureiro lembra que as campanhas ficaram

mais concentradas nos meios de comunicação. "Gastava-se muito com carros, comícios e propaganda de rua", cita. "Hoje, os candidatos estão voltados para a mídia, que exige uma infraestrutura menor."

Não quer dizer, porém, que as campanhas serão franciscanas. Conforme levantamento feito pela empresa de Gaudêncio, um candidato ao governo paulista deve gastar, pelo menos, R\$ 45 milhões. E o mesmo valor gasto pela campanha presidencial de Fernando Henrique Cardoso, em 1998. Segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), o PSDB arrecadou R\$ 43,2 milhões para uma despesa de R\$ 45,9 milhões.

Mesmo nas campanhas proporcionais, arrecadar dinheiro será complicado. Ressabiado, o deputado estadual paulista Afanázio Jazadji (PFL) só confia no próprio esforço. "Vou fazer do meu peculiozinho, porque na hora do vamos ver todo mundo dá para trás", conta Jazadji. "O cara bate nas suas costas e fala: pode contar com 30 peruas e 20 ônibus. Na hora H, diz que a empresa quebrou, a sogra ficou doente..."

Também para o presidente do PSDB paulista, deputado estadual Edson Aparecido, a situação está tão difícil que o diretório será obrigado a cortar um terço da folha. Segundo ele, o partido não terá como se adaptar ao limite legal de 20% de gasto com a folha. "Teremos de

demitir dois dos seis funcionários", lamenta. "Se uma campanha em São Paulo vai custar R\$ 45 milhões, não sei onde vamos arranjar o dinheiro." Ele jura que não virá do caixa 2. "Vamos expulsar qualquer candidato que usar o expediente."

Vacas magras – Do mesmo modo, o tesoureiro do PT, Delúbio Soares de Castro, diz que os tempos são de vacas magras. Sem entrar no custo da campanha, ele calcula que o partido vai gastar, neste ano, R\$ 20 milhões apenas para continuar funcionando. Até a homologação da candidatura, esclarece Delúbio, as doações só podem ser feitas por pessoas físicas e endereçada para os partidos. "Neste ano, já recebemos doações entre R\$ 200 mil e R\$ 300 mil", informa.

Se os políticos estão preocupados, os empresários nem querem tocar no assunto. "Não estamos fechando nada, porque ainda nem sabemos quem serão os candidatos", diz o presidente da Associação Paulista dos Empresários de Obras Públicas (Apeop), Arlindo Moura. Para o presidente do Sindicato das Indústrias da Construção Civil de São Paulo (Sinduscon), Artur Quaresma Filho, "a situação está difícil, tem muitos construtores saindo do ramo".

Embora menos preocupado, o presidente da Federação das Indústrias de São Paulo (Fiesp), Horácio Lafer Piva, reconhece que a foto do dinheiro da Lunus marcou muito. "Agora, a pressão por financiamento vai enfrentar uma maior reticência dos empresários", acredita. Por isso, ele defende o financiamento público. "O empresário está cansado da atual estrutura de financiamento."

Já o presidente mundial do Bank Boston, Henrique Meirelles, cotado para disputar o Senado pelo PSDB de Goiás, adverte que o financiamento público tem seu ônus. "Pode aumentar o déficit público", pondera. "Será sempre mais econômico evitar a corrupção do caixa 2", retruca Aparecido. Ninguém acredita que isso vá acabar com o caixa 2, mas todos acham um bom começo. Um segundo passo seria seguir o conselho de um empresário cansado de tantos problemas com o caixa 2: "Talvez passe a doar oficialmente." (Colaborou Mariana Caetano)

**PAULISTA
QUE CHEGOU
A DOAR
US\$ 100 MIL
VAI TOMAR
'O DOBRO DO
CUIDADO'**

NEGÓCIO MILIONÁRIO			
TOTAL			
45	15	6	
São Paulo	Pará	Roraima	
Fonte: GT Marketing e Comunicação			
Quanto custa uma campanha para governador de acordo com o tamanho do eleitorado (R\$ milhões)			
	Grande São Paulo	Médio Pará	Pequeno Roraima
► Estrutura	14,7	3,5	2,2
► Brindes	5,1	1,5	0,3
► TV/pesquisas	15,7	7,3	2,4
► Comícios/carreatas	5,5	1,5	0,8
► Propaganda	3,9	1,09	0,3