

Agora é desempenho de Ciro que agita mercado

• Taissa Maranhão/AF

Temor de analistas é que haja mais pessimismo de investidores se candidato crescer nas pesquisas

BETH CATALDO
e JOSUÉ LEONEL

A expectativa de que o candidato do PPS à Presidência, Ciro Gomes, continue crescendo nas pesquisas vem agravando a preocupação do mercado com o cenário eleitoral. A maioria dos analistas ainda conta com um cenário básico que inclui a hipótese de o candidato do PSDB, José Serra, disputar o segundo turno com Luiz Inácio Lula da Silva, do PT. Por isso, a superação de Serra por Ciro não está considerada no preço dos ativos financeiros e, caso se confirme, deve ampliar o pessimismo dos investidores. Depois da disparada de Lula em abril, e do empate técnico entre Serra e Anthony Garotinho (PSB), até semanas atrás, a reação de Ciro é, agora, o “medo da vez”.

Nesta semana, a decisão da corretora Agora de cancelar a divulgação de pesquisa que encomendou ao Ibope reacendeu as especulações. No mercado, rumores de que Ciro teria chegado a empate técnico no segundo lugar, ou mesmo superado Serra, ajudaram a pressionar o dólar, os juros e a bolsa.

A avaliação de que a pesquisa encomendada pela Agora teria sido feita apenas em capitais chegou a ser tomada como contraponto à reação de Ciro, cuja proposta de renegociação da dívida provoca desconfiança no mercado. Mas informações obtidas com o Ibope dão conta de que a pesquisa teve caráter nacional, abrangendo todos os Estados, com 3.960 entrevistados.

O detalhe que diferencia esta pesquisa é o fato de que em dez Estados, determinados pelos contratantes da pesquisa e representativos de cerca de 75% do eleitorado brasileiro, foi feito um número maior de entrevistas. No entanto, os resultados não foram desvirtuados, pois o Ibope teria feito uma ponderação dos números dos Estados, de forma a não distorcer o resultado nacional.

Potencial – A ascensão de Ciro, segundo a especialista Fátima Pacheco Jordão, consultora do Grupo Estado para a análise de pesquisas eleitorais, não surpreende, até pelo fato de que o candidato da Frente Trabalhista concentrou toda a sua comunicação nesse período. A estratégia do candidato do PPS é considerada eficiente pela especialista, na medida em que ele tem uma margem de desconhecimento de apenas 25% do eleitorado, o que implica potencial de crescimento.

Além disso, a associação de Ciro à atriz Patrícia Pillar, sua companheira, tem todo um simbolismo para os eleitores: “Ela é um ícone”, classifica Fátima, que considera a atriz representativa da importância que se confere à participação da mulher na atual campanha.

A pergunta neste momento é se o fenômeno de crescimento de Ciro será permanente, se terá sustentação. Fátima diz que essa pergunta será válida mesmo se ocorrer a eventual confirmação da expectativa de que Ciro venha a ultrapassar Serra no atual momento da campanha. Para a especialista, o potencial de votos do candidato do PPS não deve ser subestimado, na medida em que o porcentual de eleitores que admitem a hipótese de votar nele é de 42%, com espaço para crescimento. Serra tem um potencial de 51% e Lula, de 56%.

Polarização – O cenário mais lógico, porém, continua sendo o de polarização entre o governo, na pessoa de Serra, e a oposição, cujo principal representante é Lula. Um problema para Ciro é que ele transita na mesma esfera eleitoral de Lula. Fátima acha que seu potencial seria mais promissor se estivesse na esfera situacionista, a partir da qual se estabelece a polaridade com a oposição. Mas ela observa que a estratégia do candidato do PPS é

polarizar com Serra, tentando deixá-lo fora do segundo turno.

Fátima acredita que Serra não deve “morder a isca” de Ciro. Seria melhor para ele manter a polarização com

Lula e apostar numa reação mais forte nas pesquisas a partir de agosto, quando começa o horário gratuito na TV. É nesta fase da campanha, lembra, que ocorre a escolha do ainda numeroso eleitorado indeciso.

Também nessa fase a consultora acredita que haverá uma melhor percepção sobre a polarização Serra-governo versus Lula-oposição. Nesta hipótese, o candidato tucano pode ser beneficiado pela popularidade do presidente Fernando Henrique Cardoso, que, segundo a consultora, está em 43%, o dobro das intenções de voto de Serra e mais até do que a popularidade do governo, de 29%.

Fátima admite que este cenário, embora seja o mais lógico, inclui riscos, como, por exemplo, o de que uma piora mais aguda do quadro econômico reduza muito a popularidade do presidente e do governo. O cenário comentado pela consultora, relativamente positivo para o governo, parece incompatível com o forte efeito das pesquisas no mercado, mas ela tem uma explicação: o mercado, diz, está simplesmente dimensionando o risco, que, embora seja baixo, existe. (Agência Estado)

ASCENSÃO
NÃO
SURPREENDE
CONSULTORA