

# Primeiro turno?

16/08/2010

---

A cada momento, as eleições suscitam perguntas diferentes. Já foram várias: Dilma decolará? Serra será candidato? Marina vai empolgar? Quanto de sua popularidade Lula conseguirá transferir? A mais nova e interessante diz respeito a um cenário que muitos consideravam impensável há pouco tempo: será que Dilma vai ganhar no primeiro turno?

*Marcos Coimbra*

Algumas pessoas acham que apenas formular essa pergunta é tomar partido de Dilma, querer que ela vença ou torcer por ela. São os que supõem que a hipótese é tão absurda que só faria sentido na cabeça de um “dilmista”.

Na verdade, não. São cada vez mais numerosos os analistas que trabalham com essa possibilidade. Até quem sempre raciocinou unicamente com a situação inversa, de Serra vencer no primeiro turno, hoje admite que ela exista e que está se tornando a cada dia mais provável.

Já faz tempo, no entanto, que as pesquisas permitiam antevê-la. A rigor, desde o final do ano passado, quando Serra ainda estava com folgada dianteira. Bastava levar em conta o que diziam as pessoas que conseguiam estabelecer a ligação entre Dilma e Lula.

Entre os que sabiam que ela era a candidata do presidente, a liderança do ex-governador desaparecia e os dois ficavam com a mesma intenção de voto. Mas, ao considerar o perfil socioeconômico dos que não sabiam, via-se que ela tinha grande potencial de crescimento, bastando, para isso, que a informação aumentasse e alcançasse os segmentos mais propensos a votar em seu nome.

De dezembro em diante, as pesquisas foram mostrando que, a cada ponto que subia o conhecimento de que ela era a candidata de Lula, aumentavam suas intenções de voto. Ou seja, embora Serra continuasse liderando, sua vantagem era frágil, pois se sustentava em algo que a campanha eleitoral se encarregaria de alterar. Era a desinformação que lhe dava vantagem, e essa tenderia a desaparecer à medida que a eleição se avizinhasse.

Lula fez o que estava ao seu alcance para que cada vez mais pessoas identificassem Dilma como sua candidata. Levou-a a todos os palanques, convidou-a para inaugurações e solenidades, viajou com ela Brasil a fora. Mas foi a imprensa quem mais contribuiu para que seu objetivo – universalizar a informação de que ele a apoiava – fosse sendo progressivamente atingido.

Em 2010, fora seus discursos para as platéias reunidas nesses eventos, Lula só se dirigiu diretamente ao conjunto dos eleitores para falar em Dilma uma vez: quando estrelou os comerciais e o programa partidário do PT em maio. Apenas nessa oportunidade usou uma mídia de massa para falar olhando nos olhos do eleitor e pedir seu voto.

Hoje, cerca de 80% dos eleitores são capazes de associar Dilma a Lula, mas menos de 25% dizem conhecê-la bem. Faltam 20% que sequer a conhecem e há uma larga fatia que somente sabe seu nome.

Engana-se quem olha seus atuais 40% de intenções de voto como teto. Ela chegou a esse patamar através de um processo de difusão da informação que alcançou o eleitor popular fundamentalmente através do chamado “boca a boca”. Nele, a bem dizer, a televisão foi apenas coadjuvante.

Quando, a partir da semana que vem, a propaganda eleitoral começar e Lula passar a aparecer diariamente no programa e nos comerciais na TV e no rádio, Dilma deverá entrar em uma nova etapa de crescimento. Até onde irá, é difícil dizer.

Como as perspectivas de crescimento de Serra são reduzidas, a esperança de quem quer dois turnos se deslocou para Marina e os pequenos candidatos. Mas a mídia que terão é tão exígua (Marina, por exemplo, disporá de um único comercial em horário nobre por semana) que é pouco provável que sejam sequer percebidos pela maioria do eleitorado.

É por essas (e outras) que quem entende de eleição cada vez mais considera possível a vitória, em primeiro turno, da candidata de Lula.

*\* Marcos Coimbra é presidente da Vox Populi. O artigo foi publicado pela Carta Capital e pode ser lido em seu local original, clicando [aqui](#).*

Compartilhe nas redes: