Sobre o impacto da campanha majoritária

08/06/2010

Beto Bastos *

Nestas eleições, o quadro é completamente diferente daquele que a militância petista encontrou em 2006, quando a hostilidade – especialmente nas grandes cidades – era enorme por conta do momento político: o pós crise de 2005. A pesquisa Ibope de 05/06 afirma esse novo cenário. Para 75% dos eleitores, o governo Lula é ótimo ou bom, para 20%, regular, e apenas 5% consideram o governo ruim ou péssimo. Desses eleitores, 86% aprovam a condução de Lula na presidência enquanto somente 11% desaprovam. Para 72%, a vida melhorou nos últimos 2 anos, para 16%, ficou igual e 11% avaliam que suas vidas pioraram. Logo, ¾ da população gostam ou gostam muito desse governo e de Lula, no outro quarto, mais da metade não o rejeita. São números impressionantes, jamais vistos na história da república.

Uma conclusão segura desse cenário: ser do PT, partido do presidente Lula, e apoiar a Dilma significa dialogar de maneira positiva com a imensa maioria do eleitorado. Essa constatação vale para todos os segmentos, com pequenas variações pra baixo na classe média, nas igrejas evangélicas paulistas, no meio artístico e até nos círculos militares. Cresce no mundo do trabalho, nas camadas populares, nos movimentos sociais e nas igrejas com perfil mais progressista.

Numa campanha como essa, com Copa do Mundo, a tomada de posição dos eleitores é lenta. A campanha começa na verdade na metade do mês de agosto com o início da propaganda na TV. Nesse momento, uma parcela significativa já definiu de forma inequívoca o seu voto para presidente e, em menor escala, para governador. A definição para o voto em deputado federal ou estadual só vira uma preocupação a vinte dias das eleições. Nesse período, 80% dos eleitores ainda não escolheram de forma definitiva o seu proporcional. Uma importante parcela desses só definirá esse voto às vésperas do dia 03/10 e dentre esses um segmento definirá a posição somente no dia. Logo, deve haver uma associação dessas candidaturas com a campanha majoritária, esse é o assunto principal. Numa eleição onde há forte hipótese de uma “onda” vermelha na reta final, ser eleito para compor a futura bancada de sustentação do governo vira um assunto concreto e objetivo para a definição do voto do eleitor.

Essa análise aponta para que as candidaturas do PT para cargos proporcionais assumam de forma explícita a sua condição de petistas, não escondam a estrela do PT e “escancarem” o apoio à candidata Dilma. Uma campanha proporcional não é majoritária, ela não busca a maioria dos votos, mas sim, uma parcela desses para a sua eleição. Claro que sempre encontrará desafetos, críticas e reclamações, situação que acontece mais do que elogios. É mais fácil um eleitor de direita xingar uma campanha do PT do que 10 eleitores lulistas manifestarem seu apoio de forma espontânea numa panfletagem. Não existe campanha unânime, ainda menos proporcional. Uma campanha de deputado que pretenda agradar “a todos” perde identidade. Nessas eleições, mais do que qualquer outra, ser do PT dará voto e muita alegria!

** Beto Bastos é dirigente do PT-RJ.*

Compartilhe nas redes: