

SEM O PESO DA CRISE

O arrefecimento dos escândalos impulsiona a candidatura de Lula. E os tucanos brigões derretem na indefinição

Fábio Portela

Os resultados da última pesquisa CNT/Sensus, divulgados na semana passada, causaram um rebuliço no cenário político do país. Pela primeira vez desde o início da crise do mensalão, um levantamento aponta o presidente Luiz Inácio Lula da Silva como favorito nas eleições de outubro. Segundo o estudo, se a votação fosse hoje, Lula venceria seus virtuais oponentes sem esforço. Em um eventual segundo turno contra seu adversário mais bem colocado, o tucano José Serra, o petista teria 10 pontos percentuais de dianteira.

Ninguém duvida do resultado da pesquisa no que ela informa de essencial: Lula está à frente de seus potenciais competidores. A principal razão disso é que, nos últimos meses, o presidente beneficiou-se do arrefecimento da crise política causada pelo que se descobriu da profundidade e extensão da corrupção em seu governo. Faz parte da natureza das crises amainar na ausência de fatos novos que as sustentem. Nesse sentido, a oposição em ge-

ral e os tucanos em particular deram sua inestimável contribuição ao jogar água fria na fervura do mensalão — tanto pelo receio de acabar enredados nele quanto por ter acreditado na estratégia de que o mais vantajoso seria “deixar sangrar” o presidente. Deu no que deu. Lula não só parou de sangrar como parece gozar de boa saúde política. Na qualidade de detentor da faixa presidencial, ele não tem de se esforçar para ganhar de seus adversários eleitorais. É preciso que alguém ganhe dele. Até agora Lula é o sujeito de todas as frases que falam da eleição em 2006 — e isso é uma vantagem inestimável. Enquanto os adversários só puderem afirmar que “Lula não se reelege” ou “Lula vai perder”, estarão simplesmente admitindo que não existe um nome capaz de derrotar o ocupante do Palácio do Planalto. Quando isso começará a mudar? Quando as manchetes forem “Serra vem aí” ou “Alckmin é imbatível”. Até lá...

A eclosão da crise havia complicado as coisas: a popularidade de Lula pas-

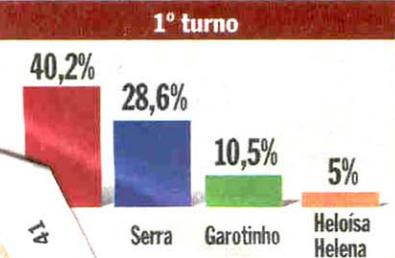


ILUSTRAÇÃO BAPTISTÃO

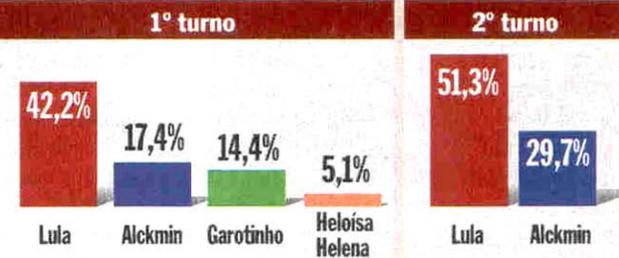
Bom para o Planalto

No levantamento CNT/Sensus, Lula aparece muito à frente de seus adversários

CENÁRIO COM SERRA



CENÁRIO COM ALCKMIN



sou a rolar ladeira abaixo. Agora, no entanto, esfriado o escândalo, esse processo cessou — e Lula parou de perder. Animado com a bonança, o presidente entrou de cabeça na campanha, embora relute em dizer que é candidato. Trata-se de uma espreiteza, não de indecisão. Se anunciasse com todas as letras sua candidatura à reeleição, Lula seria cobrado com rigor

sobre a turnê de inaugurações e reinaugurações que recheiam agora sua agenda — e também os noticiários de televisão, generosos além da conta com o presidente petista. Além disso, o anúncio tornaria ainda mais escandalosos o brutal aumento dos gastos em publicidade oficial e a chuva de dinheiro federal que passou a irrigar os segmentos mais pobres da população nordestina. Lula, enfim, é candidato, age como candidato, utiliza a máquina pública como candidato, mas finge que não é. O resultado é sua ressurreição nas pesquisas. Em janeiro, o Ibope já apontava a tendência de crescimento de Lula. E, no início do mês, o Datafolha divulgou um levantamento que confirmava esse viés. Os dois institutos, no entanto, mantinham Serra na dianteira. Embora, tradicionalmente, as pesquisas da CNT/Sensus sempre resultem em mais pontos para o petista (no segundo semestre do ano passado, as medições de aprovação do governo Lula feitas pelo instituto apontaram, em média, 6 pontos percentuais a mais de “ótimo” e “bom” do que as de outros institutos), o que chamou atenção desta vez foram a velocidade com que Lu-

la recuperou sua popularidade, a distância que abriu em relação a Serra e o fato de os números da CNT/Sensus fugirem da margem de erro que caracteriza a variação da pontuação dos candidatos.

A oposição reagiu à discrepância dos números como cartolas que querem ganhar o campeonato no grito. Os líderes do PSDB no Congresso ameaçaram pedir uma auditoria para verificar a lisura do levantamento. A gritaria pegou mal — enquanto Serra apareceu na frente do petista, nenhum tucano denunciou a CNT/Sensus por má-fé. Os políticos nacionais se sentem à vontade para questionar as pesquisas de opinião porque não há fiscalização sobre elas no Brasil, embora todas precisem ser registradas no Tribunal Superior Eleitoral. Por isso, é fácil burlar esse tipo de levantamento e inflar — ou minuar — as intenções de voto em um candidato. Especialistas em levantamentos de opinião citam quatro tipos de fraude comuns no Brasil. Uma delas consiste em “esticar” a margem de erro das pesquisas para empurrar a pontuação de um candidato para o piso ou para o teto da faixa de variação. Outro expediente é o superfaturamento de entrevistas. Em uma pesquisa programada para ter 2 000 consultas, por exemplo, realizam-se 300 entrevistas extras. Na hora de tabular os dados, escolhem-se as que mais interessam. Também é comum direcionar o questionário para induzir as respostas. Faz-se isso, por exemplo, solicitando ao entrevistado que liste os pontos fortes de um candidato e, na sequência, perguntando a ele se votaria nesse político. Por último, sempre se podem escolher as cidades e as circunstâncias em que as entrevistas são feitas. O levantamento da CNT/Sensus foi realizado em um momento propício para Lula. Estavam na mídia notícias sobre



A avaliação de Lula é sempre melhor no Sensus

Soma das respostas bom e ótimo nas pesquisas realizadas no segundo semestre de 2005





o aumento do salário mínimo e a operação tapa-buracos nas estradas. Além disso, as entrevistas começaram a ser coletadas no dia 6 deste mês, um dia depois de o governo federal concluir o pagamento do Bolsa Família — um programa de distribuição mensal de dinheiro que, apesar de ter sido herdado da administração passa-

da, se tornou o símbolo do governo petista. Essas coincidências, no entanto, não são suficientes para dizer que a CNT/Sensus agiu de caso pensado.

Lula subiu. Isso é fato. E, como mostra um levantamento da própria CNT/Sensus, foi fortemente impulsionado nesse percurso pelo Bolsa Família (veja quadro). O programa será o carro-chefe da sua campanha de reeleição e terá seu volume de recursos aumentado em 27% neste ano. Na semana passada, VEJA visitou dez cidades atendidas por ele: Maceió e Coqueiro Seco, em Alagoas; Belo Horizonte e Barão de Cocais, em Minas Gerais; Belém e Igarapé-Miri, no Pará; Salvador e Conceição do Coité, na Bahia; Fortaleza e Irauçuba,

no Ceará. Em cada estado, as cidades foram escolhidas, uma por ser a capital e a outra por apresentar alta porcentagem de famílias de baixa renda. Nelas, conforme constatou a reportagem, o Bolsa Família vem funcionando satisfatoriamente ao menos no que diz respeito ao seu objetivo principal: reforçar a renda de famílias que ganham até 100 reais mensais per capita. Em seis dos municípios (Coqueiro Seco, Barão de Cocais, Igarapé-Miri, Conceição do Coité, Irauçuba, além da capital Belo Horizonte), o programa já alcança 100% das famílias pobres. Nas demais capitais visitadas, essa porcentagem é menor: varia entre 39% (Belém) e 64% (Fortaleza). De modo geral, segundo observou a reportagem e informaram as prefeituras, as famílias beneficiadas pelo programa vêm cumprindo as contrapartidas exigidas por ele — manter seus filhos na escola e levá-los às campanhas de vacinação. Em Igarapé-Miri, município de 60 000 habitantes no nordeste do Pará, o Bolsa Família diminuiu pela metade o índice de evasão escolar, que era de 28% há dois anos. “Os pais passaram a exigir a presença das crianças na escola com me-

O impacto do Bolsa Família nas pesquisas

A avaliação positiva do governo e a intenção de voto no presidente Lula quase dobram entre os beneficiários do Bolsa Família



	Entre os que são beneficiários	Entre os que conhecem beneficiários	Entre os que não recebem nem conhecem beneficiários
APROVAÇÃO DO GOVERNO LULA	58%	51%	36%
DESAPROVAÇÃO DO GOVERNO LULA	34%	41%	54%
LULA É O ÚNICO EM QUEM VOTARIAM	30%	26%	16%
NÃO VOTARIAM EM LULA	34%	42%	59%

Fonte: CNT/Sensus



Igarapé-Miri, no Pará: lá, o Bolsa Família é o carro-chefe da campanha petista

do de perder o dinheiro do governo”, afirma a assistente social Vera Salgado, coordenadora do programa na cidade, administrada pelo PFL.

Se está colaborando para aumentar a renda das famílias e manter as crianças na sala de aula, o Bolsa Família tem fracassado em outro aspecto: não conseguiu deixar de ser um simples programa de trans-

Os rolos de Clésio

Foi sócio e o padrinho do lobista Marcos Valério nas agências de publicidade DNA e SMPB

Responde a processo no qual é acusado de superfaturar em sete vezes o valor de uma fazenda dada em garantia a um empréstimo bancário contraído pela SMPB

É réu num processo movido pelo Ministério Público, que o acusa de lavar dinheiro em um instituto da CNT chamado Idaq

Em 2004, o Idaq sacou **7,4 milhões de reais** na agência do Banco Rural que distribuía o mensalão em Brasília

A CPI dos Correios identificou transferências de **1,4 milhão de reais** efetuadas pela DNA e pela SMPB em 1997 e 1998 para o Idaq

É suspeito de ser sócio oculto da Rede Mineira de Rádio, que tem 22 emissoras no estado

O DONO DA PESQUISA

A pesquisa da CNT/Sensus tem dono: o empresário mineiro Clésio Soares de Andrade. Há treze anos, ele preside a Confederação Nacional do Transporte (CNT). Conquistou o cargo com uma trajetória empresarial cintilante. Aos 11 anos, começou a trabalhar como cobrador de ônibus. Aos 40, já tinha sua própria empresa de ônibus e uma transportadora de combustíveis. Nos anos 80, assumiu o sindicato das companhias do setor de Belo Horizonte. Ficou famoso ao articular para que os empresários controlassem os reajustes de tarifas. Quando assumiu a presidência da CNT, em 1993, encontrou uma instituição pobre e desprestigiada. Arregimentou seus liderados numa campanha para a criação do Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte e do Serviço Social do Transporte. Depois que eles foram instituídos, a CNT passou a receber parte dos tributos federais. Na última década, a receita obtida com essas taxas chegou a 1,2 bilhão de reais. Para dar notoriedade à sua lucrativa confederação e, afirmam seus inimigos, dar uma mãozinha a seus amigos políticos – os mais recentes, petistas de alto coturno –, Clésio inventou de fazer pesquisas de opinião em setembro de 1998 – a última delas animou o debate político na semana passada.

O dinheiro e a influência da CNT permitiram que Clésio ingressasse na vida pública, pelas portas do PFL. Também em 1998, tornou-se vice na chapa do ex-governador mineiro Eduardo Azeredo, do PSDB. Mas só chegou ao posto em 2003, como vice de outro tucano, Aécio Neves. Clésio, que atualmente é filiado ao PL, construiu seu caminho na política com a ajuda do lobista Marcos Valério Fernandes

de Souza, o carequinha do mensalão. Marcos Valério era um desconhecido consultor financeiro quando abordou Clésio em uma caminhada na orla da Lagoa da Pampulha, em Belo Horizonte.

– O senhor é o doutor Clésio Andrade?

– Sou, por quê?

– Tenho um negócio a lhe propor. Os donos da agência de publicidade SMPB estão procurando um sócio capitalista...

O carequinha convenceu Clésio a comprar 50% da SMPB e da DNA e dar-lhe uma parte das cotas. Em retribuição, o lobista introduziu o sócio nos segredos da política. Clésio encerrou a sociedade com Valério quando passou a disputar eleições. Para evitar denúncias de favorecimento às agências, vendeu suas participações aos sócios. Não foi o suficiente para que se mantivesse longe dos escândalos. Ele responde a um processo no qual é acusado de superfaturar em sete vezes o valor de uma fazenda dada em garantia a um empréstimo bancário contraído pela SMPB. A CPI dos Correios investiga a transferência de 1,4 milhão de reais da DNA e da SMPB para um braço da CNT chamado Idaq. Em outro processo, Clésio é acusado de utilizar o mesmo Idaq para lavar dinheiro.

Nos últimos quinze anos, Clésio foi sócio de, pelo menos, quarenta empresas. Hoje, participa de dez companhias e três holdings. Aos 53 anos, é um homem rico, mas encontra dificuldade para explicar o sobe-e-desce oficial de seu patrimônio. Em 1998, declarou à Justiça Eleitoral que seus bens somavam 102 milhões de reais. Por algum motivo desconhecido, esse patrimônio encolheu para 10,3 milhões em 2002. Clésio diz que agora tem 50 milhões de reais. O que aconteceu para que sua fortuna passasse pelo efeito sanfona? “Desisti de uns negócios e tomei um cano do Marcos Valério, que não me pagou pela DNA e pela SMPB”, diz. Ultimamente, o carequinha é culpado de tudo.

Clésio: uma carreira na política feita com a ajuda do carequinha Marcos Valério



José Edward



Serra e Alckmin: um sabota o outro, para a alegria de Lula, que recupera a popularidade



ANA APARUJO

ferência de renda para se transformar em uma ferramenta destinada a ajudar as famílias a se livrar da pobreza sem a tutela do Estado. “O Bolsa Família ainda não estabeleceu metas capazes de criar uma porta de saída para o problema da miséria. Ele se limita a dar dinheiro aos pobres”, afirma o economista-chefe do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas, Marcelo Neri. Ao menos um resultado inquestionável, no entanto, o programa já produziu: ajudou eleitores a esquecer o mar de lama em que afundou o partido do presidente desde o estouro do escândalo do mensalão. Em praticamente todas as cidades visitadas, a reportagem ouviu comentário semelhante dos beneficiados pelo programa. Eles afirmam não se importar com as denúncias de corrupção que atingem o governo, desde que o dinheiro do Bolsa Família continue chegando. A dona-de-casa Rosângela Maria da Silva, para quem “só Lula olhou para os pobres”, afirma que votará no presidente porque “não foi ele que inventou a corrupção”. Rosângela é moradora de Barão de Cocais (MG) e vive unicamente dos 50 reais mensais que recebe do Bolsa Família.

Pois bem. O arrefecimento da crise e

o Bolsa Família alavancaram a candidatura Lula. A incapacidade da oposição de produzir um anti-Lula e a indecisão dos tucanos em definir seu candidato também. José Serra e Geraldo Alckmin dedicam tempo, energia e aliados para sabotar-se mutuamente. Na semana passada, ambos compareceram a um encontro de economistas tucanos em São Paulo. Sentaram-se lado a lado e comportaram-se como ex-namorados. Depois de um cumprimento seco, nem sequer se olharam. Os petistas adoraram a ceninha.

Na última sexta-feira, a imprensa revelou que vão de vento em popa os negócios do filho do presidente Lula, Fábio Luís Lula da Silva, o Lulinha. Sua empresa, a Gamecorp, não apenas foi agraciada com uma bolada de 5 milhões de reais pela Telemar em dezembro de 2003, conforme revelou VEJA no ano passado, como, sabe-se agora, desde então recebe da empresa de telefonia uma mesada de 415 000 reais, a título de patrocínio. Quando VEJA revelou o primeiro negócio de Lulinha, a oposição colocou água na fervura. Agora, com o presidente mostrando os músculos nas pesquisas, é possível que uma súbita indignação tome conta de parlamentares e eles resolvam investigar o negócio da China. Os milagres que as pesquisas não fazem... ■

Fábio Lula da Silva, o Lulinha: mesada da Telemar. Uma vergonha

Com reportagem de Camila Pereira, Chrystiane Silva, Heloisa Joly, José Edward, Leonardo Coutinho, Marcelo Carneiro e Renato Piccinin