

A novidade chamada Afif

Ricardo A. Setti *

Os analistas políticos americanos adoram trabalhar com o conceito físico de momento numa campanha eleitoral. O *momentum* — que, em Física, é o produto da massa de um corpo por sua velocidade — fica sendo o conjunto de fatores que, de repente, faz uma candidatura acontecer.



Na campanha eleitoral pela Presidência, parece claro que o deputado Guilherme Afif Domingos, candidato do PL, está hoje nesse caso. Um avanço sensível em todas as pesquisas sobre preferências eleitorais, reportagens de capa nas revistas *Veja* e *Istoé/Senhor*, apoios políticos significativos, crescimento em regiões importantes do país — nada disso, numa luta de vida e morte como é uma campanha, acontece por acaso. Afif, é claro, reconhece o que vê.

"O Fernando Collor não é mais novidade nesta campanha eleitoral", proclama o deputado paulista, referindo-se ao atual favorito do PRN. "Eu passei a ser a novidade." Os números não o desmentem. Os do Instituto Gallup, por exemplo, indicam que, se Collor despencou sete pontos em apenas quinze dias, Afif arrancou do quinto escalão para virtualmente embolar na luta pelo terceiro lugar. Além disso, desbancou pela primeira vez na campanha a liderança que Collor mantinha na classe A, composta por eleitores mais instruídos e de maior poder aquisitivo, supostamente formadores de opinião: Collor, de uma para outra

semana, caiu aí de 26,6% para 19,3% das preferências, enquanto Afif saltou de 13%, para 20,8%. Ainda no Gallup, Afif está consolidando seu segundo lugar em Minas, o segundo maior colégio eleitoral do país, e aguarda na manga a excelente carta de ser, entre todos os candidatos, o de menor índice de rejeição entre o eleitorado: 7,6%.

Extraordinariamente risonhos para Afif são os números do primeiro levantamento que a empresa Toledo & Associados, de São Paulo, especializada em consultoria de marketing e pesquisas de mercado, fez para *Istoé/Senhor*: Afif consolidou um forte terceiro lugar, na faixa de 10%, tanto na pesquisa espontânea feita entre os eleitores que já escolheram seus candidatos (pouco mais da metade do total) quanto na enquete estimulada, ou seja, feita com o auxílio de um cartão que simula uma cédula com os 11 candidatos principais. Um detalhe importante da pesquisa: ela foi conduzida *exclusivamente* nos quatro primeiros dias do horário gratuito de propaganda pelo rádio e televisão, ao contrário da do Gallup, que abarcou também um período anterior ao início dos programas. Ou seja, o horário gratuito parece estar alavancando fortemente a candidatura de Afif. Além disso, a análise da Toledo & Associados é de que Afif cresce, exatamente, em cima do eleitorado de Collor.

Nos últimos dias, Afif chegou a comentar que esperava "surpresas" na Bahia e no Paraná. A última pesquisa do DataFolha, da semana passada, indica que isso poderá, mesmo, acontecer. Já liderando as preferências em Brasília (22%) e Belo Horizonte (25%), Afif pulou para segundo em Curitiba (de 9% para 11%), empatando com um Leonel Brizola em queda, e saltou de 5% para 8% em Salvador, o que lhe dá um terceiro lugar nada desprezível. Há outros

indicadores curiosos: em Fortaleza, triplicou de 2% para 6% suas preferências em uma semana. Ainda em Curitiba, cidade considerada termômetro para a aceitação de produtos e ideias no país, um respeitado organismo local, o Instituto Bonilha, indica que Afif está em segundo, à frente de Brizola e com um Collor em queda acentuada.

Afif reconhece que ainda tem muito caminho a percorrer, mas acredita que o fenômeno Collor perde gás. "Ele cresceu como produto de uma estratégia de marketing muito bem-feita", analisa. "Partiu de 3% nas pesquisas, mas tinha uma base boa — sua imagem de caçador de marajás, que funcionou como um forte *input*". Agora, Afif entende que o que chama de a falta de consistência de Collor vai pesar. "Ele foi fabricado como príncipe, e não pode comparecer a debates, por exemplo, porque tem medo de perder a peruca", alfineta. O candidato do PL não ignora o aluvião de dirigentes políticos que apóia Collor, mas faz duas ressalvas: em primeiro lugar, a cadeia virtualmente se interrompeu, e os apoios pararam de pingar; em segundo, Collor "teve adesões em massa, mas não teve o mesmo número de apoios políticos consistentes".

Já de seu lado foi diferente, compara. E aponta para apoios recentes que tem recebido: do senador Jorge Bornhausen e parcela considerável do PFL de Santa Catarina ao jovem prefeito de Maringá (PR), Ricardo Magalhães Barros, do deputado e ex-prefeito de Belo Horizonte Mauricio Campos ao ex-candidato, com boa votação, ao governo de Pernambuco em 1986, José Múcio Monteiro, passando pelo senador Alfredo Campos, que exerceu no PMDB mineiro seu primeiro mandato como suplente de Tancredo Neves, ou o ex-secretário-geral do PMDB, Milton Reis. "Nenhum deles veio por oportunismo eleitoral", diz.

"Mas o Collor prestou um grande serviço à minha candidatura", reconhece. Segundo sua visão, o ex-governador de Alagoas desmoralizou uma série de conceitos estabelecidos como verdades eternas para uma eleição presidencial, abrindo um rombo nessa carapaça de suposições por onde sua própria candidatura pode se insinuar. Assim, Collor derrubou, por exemplo, a convicção de que o presidente da República necessariamente teria que sair de um dos grandes partidos, o PMDB e o PFL — mais provavelmente o primeiro. Pôs por terra a própria ideia de que, para um candidato ganhar a Presidência no voto, seria indispensável ter um grande partido por trás. Levou ao chão, também, a impressão de que a esquerda seria uma opção inevitável. Afif aproveita para lembrar: "Eu fui o primeiro a dizer que essa história de esquerda e direita estava ultrapassada. O que temos, hoje, é uma disputa entre o novo e o velho."

O deputado credita boa parte de seu *momentum* ao investimento político que fez em Minas, que pretende ter visitado pelo menos 30 vezes até o final da campanha. "Politicamente, Minas era uma terra arrasada", acredita. "Captei muito da mineiridade, plantei lá e agora estou colhendo", conta Afif, o primeiro candidato a escolher um vice, o mineiro Aloisio Pimenta, ex-reitor da Universidade Federal de Minas Gerais e ex-ministro da Cultura, e o primeiro a pregar a retomada da bandeira desenvolvimentista de um dos sacrossantos mitos da política mineira, o ex-presidente Juscelino Kubitschek. "Quem ganhar em Minas leva esta eleição", prevê. O deputado atribui forte importância simbólica à liderança na capital do país, Brasília, e acha que vira a mesa se estender seu primeiro lugar em Belo Horizonte ao resto do estado. Quanto ao colosso

que é seu estado natal, que sozinho tem quase um quarto do eleitorado, Afif prognostica: "Vou conquistar São Paulo de fora para dentro."

Sua estratégia daqui para a frente não tem mistérios. Polarizar com Brizola, como já começou a fazer Paulo Maluf, do PDS, para roubar-lhe o segundo lugar? "Não pretendo", diz Afif, desdenhando dos ataques que recebeu do candidato do PDT: "Se ele me critica, é porque está com medo do meu crescimento." E esclarece: "Meu negócio é falar para os indecisos." Grandes pirotecnias no horário eleitoral gratuito? "Nada disso", rebate. "O que conta nesta eleição, meu amigo, não são os efeitos especiais, mas a sinceridade, o olho do candidato. Quem vai vencer é o olho no olho". Além disso, depois de ter investido no que considera "o fermento" — formadores de opinião em universidades, entidades empresariais, grêmios estudantis, associações comunitárias — Afif vai partir para o que chama de "bater a massa, para que ela cresça".

O candidato faz fé na clareza com que explica seu programa de retomar o desenvolvimento e enxugar o Estado, liberando a energia de cidadãos e empresas e em propostas como a "revolução verde" — um conceito que, a seu ver, engloba agricultura e mineração com preservação do meio ambiente como forma de, a um só tempo, melhorar a produção, ganhar divisas para o país, enriquecer a mesa e, conseqüentemente, a saúde dos brasileiros, ocupar territorialmente os vazios do país e descongestionar as grandes metrópoles. No mais, nem sente que só dorme quatro horas por noite. "O povo energiza a gente", resume.