

## **A oposição vai às urnas e esquece o programa**

Maria Inês Nassif

*Valor*, 04.11.10

### **José Serra teve grande dificuldade de identificar eleitor**

Uma das razões da derrota do candidato das oposições, José Serra (PSDB), foi a enorme dificuldade que teve de identificar quem eram seus eleitores. Um campanha sem debate de programa de governo favorece a situação - a administração já está lá e o eleitor identifica ideologias, intenções e opções de políticas públicas. Para um candidato de oposição, atirar a esmo na questão programática pode ser letal. A campanha deixa de ser debate político e passa a ser promessa. E promessa não conta para qualificar um candidato como representante de um setor social.

O PSDB e José Serra terão de decidir, definitivamente, que corneta tocam O partido caminha para a direita desde os governos de Fernando Henrique Cardoso (1995-1998 e 1999-2002), ocupou esse espaço no setor social correspondente, mas tem feito um suco ideológico na hora de ir para as urnas que não se mostra muito eficiente. O ex-presidente FHC tem razão numa coisa: o PSDB, de fato, tem que assumir sua real posição no cenário político, e essa posição tem a marca indelével de oito anos de seu governo, com todas as opções que fez de política econômica, monetária e de não-políticas públicas.

Esconder os oito anos de Fernando Henrique Cardoso é quase como apagar o partido da história. Foi nesse período que o PSDB cultivou uma base social identificável, conservadora, de alta renda e alta escolaridade, muito concentrada em São Paulo, à qual se somam uma classe média paulista que sempre deu votos a Paulo Maluf com prazer, e manteve um Orestes Quécia até que o PMDB do Estado fosse reduzido à inanição. A grande maioria dos quadros tucanos, que foi criada como social-democrata, fez essa transição sem grandes crises, amortecida pela ideia de que o único progressismo vinha do neoliberalismo - o Brasil moderno passava pela redução do Estado e pela autorregulação dos mercados. Foi com essa bandeira que o partido firmou-se no Estado mais rico da Federação, São Paulo, o centro nevrálgico do partido de José Serra. Foi aqui que o tucanato conquistou empresários, banqueiros e uma classe média altamente conservadora. Aqui o PSDB amoldou o seu eleitor típico. E foi com os olhos paulistas que a campanha de Serra à Presidência foi feita.

As três derrotas do PSDB nas eleições presidenciais de 2002, 2006 e 2010 decorrem de uma enorme dificuldade do partido paulista atender a um eleitorado majoritariamente conservador do Estado e, ao mesmo tempo, ganhar os votos necessários no resto do país para ganhar a eleição. A tentativa de unir essas duas necessidades - manter votos conservadores e atrair votos do povão beneficiado nos governos Lula - deu um nó na campanha serrista. As promessas de aumento real do salário mínimo, 13º salário para o Bolsa Família e aumento real das aposentadorias conviveram com o uso do tema aborto para acuar a candidata petista - ao agrado da elite paulista - ou pelas lembranças do passado de Dilma - a gosto de parcelas da classe média de São Paulo, que chegavam a trocar e-mails acusando a presidente eleita de "assassina".

Esse imbróglio ideológico resultou numa campanha que fugiu do debate pelo simples fato de que o PSDB não tinha programa. Não encontrou alternativas para se contrapor a um governo que terminou popular - o que nesse país é uma coisa rara - e não encontrou nada melhor para fazer do que dizer que ia fazer o mesmo que o partido que combateu de forma tão vigorosa. O conteúdo moral aplicado à campanha foi a diferenciação proposta ao eleitor.

A hegemonia paulista do PSDB provocou mais estragos do que trouxe votos no resto do país. O partido não consegue, com esse discurso, ultrapassar uma barreira de rejeição que o PT carregou até as eleições de 2002. O "até logo" de Serra, no discurso em que reconheceu a derrota, pode ter sido a sinalização da manutenção dessas contradições internas que se originam fundamentalmente nos quadros paulistas do PSDB e que dificultam a proximidade de seu discurso com setores de menor renda e menor escolaridade, que são a maior parte do eleitorado brasileiro. O isolamento do PSDB paulista em relação ao resto do partido tem cobrado seu preço, que é pago de forma socializada pelo partido nacional.

O país tem passado por profundas transformações. O presidente Luiz Inácio Lula da Silva, quer pela facilidade com que conversa com as classes populares, quer pelo sucesso de uma política de distribuição de renda, mudou o padrão de relacionamento da política com a população de baixa renda. Os partidos, em geral, serão obrigados a se adaptar a essa nova realidade. Essa realidade inclui também uma redução da força política relativa do Estado de São Paulo e de suas elites. Redução de concentração de renda resulta, de forma quase que automática, em uma redistribuição regional das riquezas nacionais. Um partido que não for realmente nacional, ou não tiver apoios e uma visão nacionalizada, dificilmente conseguirá angariar os votos necessários para se eleger num pleito nacional.

As três últimas eleições acirraram as divergências na base social - polarizaram a eleição entre duas forças e o PT firmou-se na posição social-democrata antes pleiteada pelo PSDB, enquanto o partido de Serra assumia o eleitorado conservador. Nos momentos de grande radicalização da campanha, o conservadorismo parece que vai tomar o eleitorado menos escolarizado. Um fato a ser lembrado, e estudado, todavia, é que essas três eleições acabaram se sobrepondo ao preconceito que é estimulado, nas bases, para favorecer um candidato conservador. O conservadorismo está fazendo mais barulho do que produzindo resultados. Como democracia é alternância de poder, isso um dia muda. Por enquanto, ficamos assim: duas eleições de um ex-metalúrgico e uma eleição de uma mulher que militou em grupos que defendiam a luta armada durante a ditadura. O preconceito, ao menos nessas vezes, não surtiu resultado.

**Maria Inês Nassif** é repórter especial de Política. Escreve às quintas-feiras