

A CAMPANHA ELEITORAL DE EDUARDO SUPLYCY

Gabriel Bolaffi

RESUMO

O PT quer ser um partido diferente da maioria dos demais partidos brasileiros. Ele tem pretensões a um novo projeto para a sociedade e uma nova cultura cívica. Mas todas as suas campanhas eleitorais, particularmente a última, de Eduardo Suplicy, foram campanhas personalistas, que em nada procuraram contribuir para informar e educar a população, nem para promover a legenda.

Palavras-chave: Partido dos Trabalhadores; campanha eleitoral; política; cultura cívica.

SUMMARY

PT intends to be different from most other Brazilian parties. It pretends to have a new political project for society and to develop a new civic culture. Nevertheless all its electoral campaigns, particularly the last by Eduardo Suplicy, had no concern to inform and educate electors and society, nor to promote the party's ticket.

Keywords: Partido dos Trabalhadores (Workers' Party); political campaign; elections; politics; civics.

Já se falou e já se escreveu muita coisa sobre a recente campanha eleitoral de Eduardo Suplicy à prefeitura de São Paulo e até parece haver um certo consenso entre os membros da esquerda democrática, petistas ou não, a respeito dos aspectos mais óbvios. Ainda assim, para um dos poucos partidos consistentemente oposicionistas, carente de recursos e de apoios financeiros, discriminado e falsamente estereotipado pela mídia, uma campanha eleitoral tornou-se algo importante demais para que erros e abusos tão graves não mereçam uma análise mais ampla e detalhada.

Para um partido como o PT, uma campanha eleitoral é sim muito importante para ganhar posições de poder, mas é ainda mais importante para difundir suas idéias, seus valores e sua cultura política. Até porque partidos como o PT somente poderão conquistar hegemonia política e eleitoral se antes tiverem conquistado hegemonia ética, cultural e intelectual.

Nesta última campanha eleitoral para a prefeitura de São Paulo, o PT cometeu graves erros de avaliação política e eleitoral; o candidato Eduardo

Suplicy utilizou de forma abusiva e personalista o tempo de televisão que pertence antes à sociedade, depois ao partido, aos candidatos a cargos proporcionais e só finalmente ao próprio candidato. Aliás, a construção esdrúxula do período anterior é resultado da falta de clareza que persiste no PT sobre como devem ser conduzidas as campanhas eleitorais. Afinal quem errou? O partido ou o candidato? A campanha deveria ser do partido ou do candidato? Nem se sabe se o partido tem posição a respeito.

Ainda durante a campanha houve reclamações, houve protestos, bate-bocas e diz-que-diz. Mas quem reclamava o que, contra quem? E os que reclamavam, o faziam em nome de que autoridade democrática e de quais princípios ou decisões? Também jamais ficou claro, até porque, como sugerem todas as campanhas anteriores, o assunto jamais parece ter sido debatido no partido de forma abrangente e sistemática. No final do primeiro turno da campanha, pasmem!, as críticas acabaram incidindo sobre o pobre Chico Malfitani, profissional sério e, até onde sou capaz de julgar, um ótimo diretor de televisão! É aqui que Pitigrilli diria: "A culpa é toda do Malfitani e dos ciclistas!". Será que é plausível que membros de um partido possam ou tenham de criticar o profissional de televisão encarregado de dar forma às mensagens que recebe para transmitir!? Essa atitude parece sugerir que a militância do partido realmente acredita que uma campanha política possa ser confiada a um publicitário como se fosse um refrigerante.

Examinemos agora com um pouco mais de cuidado os principais erros cometidos. Alguns já foram referidos de passagem, nos parágrafos precedentes, mas convém voltar a eles junto com os demais. A campanha de Eduardo Suplicy ignorou: (1) o Partido dos Trabalhadores; (2) a administração do município pelo Partido dos Trabalhadores na pessoa da prefeita Luiza Erundina e de seus colaboradores; (3) os candidatos do PT à Câmara Municipal de São Paulo e as campanhas dos municípios vizinhos (Santos, São Bernardo, Santo André, Guarulhos e tantos outros, que captam as estações de televisão de São Paulo); (4) não esclareceu a população e o eleitorado sobre a herança socialista e seus problemas; (5) a diferença entre o PT e a coligação da esquerda, de um lado e os demais partidos, do outro.

I

Uma pesquisa de opinião realizada junto aos eleitores de São Paulo poucos meses antes do início da campanha eleitoral revelou que, paradoxalmente, enquanto os serviços da prefeitura nas suas áreas de competência — limpeza urbana, pavimentação, educação, saúde, cultura etc. — recebiam avaliação muito boa, a avaliação dada à prefeita Luiza Erundina e ao Partido dos Trabalhadores era ruim ou sofrível. Eduardo Suplicy e seus assessores mais imediatos souberam perceber que muito provavelmente o paradoxo

resultava do clima anti-PT e, por tabela, anti-Luiza Erundina, gerado pela imprensa desde sempre. Mas tiraram a conclusão prática errada. Decidiram que o candidato deveria dissociar sua imagem daquela do partido e da prefeita!

Em virtude dessa decisão, em vez de utilizar a campanha para lembrar à população que o PT foi o único partido que foi para o segundo turno na última eleição presidencial (Collor, como se sabe, foi sem partido); em vez de explicar por que o Estadão, a Rede Globo e outros tantos jornais e televisões pelo país afora se uniram contra o PT em Santa Aliança; em vez de divulgar o enorme sucesso do partido na prefeitura de São Paulo e em outras prefeituras (Santos, Santo André, Piracicaba, Porto Alegre etc.) acharam mais oportuno associar a imagem do candidato à imagem kitsch e conservadora do Super-Homem. Aliás, a campanha de Suplicy exorbitou nas mensagens e nas imagens conservadoras. Que fazia a simpática e elegante dona Filomena, mãe do candidato, abençoando o filho, numa campanha de um partido de esquerda? E o filho cantando, acompanhado pelo pai? Faltou pouco para que deus, pátria e família fosse encenado na sua plenitude.

II

Por achar que devia se dissociar de Luiza Erundina, o candidato acabou até por alienar-se de si mesmo e dos serviços significativos que prestou à população da cidade enquanto presidente da Câmara Municipal. Um vereador de outro partido teria tido a vontade, o discernimento, a fibra e principalmente o apoio político necessário para ir tão a fundo na assepsia que Eduardo Suplicy realizou na burocracia corrupta da Câmara Municipal? A população bem que poderia ter sido mais bem informada sobre esse episódio pela campanha eleitoral, inclusive sobre o fato de que os vereadores envolvidos somente se safaram da punição e da execração pública em virtude do corporativismo mafioso dos vereadores de outros partidos.

Pior ainda, no afã insensato de dissociar-se, o candidato petista afastou-se do melhor projeto de Plano Diretor já realizado para esta cidade, da reforma da biblioteca e do teatro municipal, da gestão séria e eficiente desses importantes equipamentos públicos, da reforma do Vale do Anhangabaú e de um significativo esforço bem-sucedido de recuperação do centro velho. Será que se o partido e o candidato tivessem utilizado a campanha eleitoral para comunicar à população a reforma do Palácio das Indústrias com o duplo objetivo de restaurar uma edificação de estilo curioso e significativo, no bojo de toda a recuperação do Parque D. Pedro II e do Parque Ibirapuera, os dividendos políticos não teriam sido mais ricos? Se esses feitos tivessem sido mais bem explicados e divulgados, hoje dificilmente o sr. Paulo Maluf ousaria ameaçar a retomada do Parque

Ibirapuera da população como vem fazendo. Se a campanha tivesse se preocupado em consolidar conquistas pequenas, mas tão importantes para os trabalhadores e para os excluídos do sistema, como o "passe fácil", Maluf certamente não teria podido eliminá-lo.

As grandes batalhas perdidas pela administração do PT frente à prefeitura de São Paulo, que não foram menos edificantes do que as realizações, também foram sonegadas à população pela campanha eleitoral. O sentido social e redistribuidor da renda da tentativa frustrada de corrigir a arrecadação do IPTU para valores próximos aos prevalecentes durante a gestão de Olavo Setúbal (ainda assim 11% inferiores) não foi comunicado à população. Nem a proposta inteligente, racional e tecnicamente bem fundamentada de tornar a condução pública gratuita (Tarifa Zero) foi debatida com os telespectadores durante a campanha.

III

O partido permitiu que o candidato levasse a "dissociação" tão longe que a população praticamente pôde se esquecer de que o programa era de um partido que além de um candidato à prefeitura também apresentava várias dezenas de candidatos à vereança. Talvez fosse impossível dar espaço suficiente a todos. Mas se todos os quadros partidários que hoje clamam (com boa dose de razão) pela censura a Luiza Erundina em nome da disciplina partidária se tivessem lembrado que num partido realmente bem organizado cinco ou seis candidatos a vereador poderiam ter feito campanha por todos os demais, o programa teria sido bem mais didático e enriquecedor. Então poderíamos ter visto e ouvido na televisão Chico Whitaker e Maurício Faria explicar e debater a Tarifa Zero, a recuperação da zona central da cidade, o Plano Diretor, o Estatuto do Magistério Municipal, e tantas outras questões importantes, com José Eduardo Martins Cardozo e Arselino Tato e outros candidatos, juntamente com o candidato a prefeito. Talvez isso nem tivesse aumentado a votação para a legenda, mas certamente teria dado uma melhor contribuição para a cultura cívica e política da população.

Tão grande foi o "distanciamento" político de Eduardo Suplicy em São Paulo que ele se esqueceu de que os programas eleitorais dos canais de televisão da capital são captados em dezenas de municípios importantes do interior do estado. Em Santos, a população contou com a "TV Tribuna", mas certamente ter-se-ia beneficiado se o Programa Eleitoral do PT de São Paulo não transmitisse tanta abobrinha. E o eleitorado dos municípios que não possuem estação local ou regional, Guarulhos, o ABCD e todos os demais deveria votar em Suplicy porque se pretende "diferente de tudo o que está por aí", mas faz de conta que não é?

IV

A questão do socialismo e dos seus problemas talvez seja a mais complexa, pela sua natureza, e pelo fato de que o PT jamais ousou enfrentá-la em qualquer das suas campanhas anteriores. Até mesmo na última campanha presidencial, que de longe foi a melhor, ainda que o candidato Lula tivesse levantado algumas bandeiras da esquerda, como reforma agrária, redistribuição de renda etc. e até usasse a palavra socialismo vez por outra, a questão não chegou a ser sequer mencionada. Isso é inexplicável e injustificável.

É claro que uma campanha eleitoral não se desenvolve num Clube Fabiano, não é um fórum teórico, nem um seminário acadêmico. É verdade também que sobre muitos temas teóricos não há em nenhum dos partidos de esquerda qualquer unanimidade que possa ser apresentada como posição geral. Mas nunca houve na longa história da esquerda qualquer unanimidade que não fosse aquela imposta pelo "gulag". Não seremos capazes de simplificar a essência das posições divergentes e expô-las didaticamente ao eleitorado? Até mesmo para o debate interno do partido, a televisão é o meio mais eficiente para defender e criticar idéias perante um público maior de militantes. Finalmente, mais importante de tudo, a televisão é o meio mais racional, capaz de evitar a subjetividade das conversas face a face nas patotas de amigos e nos conchavos.

As desculpas são muitas, mas não convencem. Não é verdade que não se pode falar em socialismo só porque o projeto está em crise; na realidade militantes petistas de diferentes correntes, investidos ou não de mandatos parlamentares, adotam posições perante as questões políticas contemporâneas do país em decorrência das mais variadas posições ideológicas pelas quais a esquerda já navegou. No PT há presidencialistas paleomarxistas, há estatistas de extração comunista-petebista, há nacionalistas inerciais (os que nos anos 50 se esqueceram da Internacional e não lembraram até hoje), há socialistas democráticos com visão contemporânea do mundo, há socialistas cristãos de diferentes matizes, há trotskistas de direita, de centro e de esquerda, há neo-spartakistas e blanquistas, todos vivendo em perfeita (des)harmonia. Toda a militância continua impregnada de velhas ideologias, algumas obsoletas mas sempre respeitáveis, as quais devem ser expostas, debatidas, talvez atualizadas, modificadas ou corrigidas e até banidas pela persuasão democrática, mas nunca escondidas.

Também não convence a afirmação de que socialismo hoje, na ausência de modelo consistente, deva ser apenas uma atitude pragmática. Por que somos a favor da reforma agrária, do planejamento democrático que não ignora o mercado, da elevação dos salários reais e conseqüente redistribuição de renda e do Estado assistencial? Mero pragmatismo? Claro que não! Não obstante a multiplicidade e os graus variáveis das divergências, nós temos uma ideologia e nossos fatores de convergência (sem intenção de trocadilhos) são muito maiores do que as divergências.

Na realidade, perante esta questão, o Partido dos Trabalhadores vem se comportando com extrema ambigüidade. Há um discurso ou, melhor,

muitos discursos paralelos, para o público interno, composto de iluminados (os quais, dependendo do ponto de vista, são mais ou menos luminosos), e outro discurso, obscuro, metafórico, quase envergonhado, utilizado para o público externo durante as campanhas eleitorais. O PT quase sempre atuou dessa forma ambígua e perniciosamente em boa parte das suas campanhas eleitorais (a campanha presidencial de Lula, em que pesem alguns pecadilhos já apontados, foi uma notável exceção). Mas esta última campanha municipal sequer foi ambígua, foi decepcionantemente anódina.

No mundo todo, a esquerda atravessa uma crise teórica, ideológica, intelectual, de idéias, de projetos e até de identidade. A crise é tão complexa e profunda que se estende até à semântica. Somos um partido "progressista"? Mas que palavra mais gasta! Não bastasse a sua origem positivista e ingenuamente teleológica, ainda carrega a triste memória stalinista. Seremos então apenas um partido dos trabalhadores, vagamente empenhado em defender os interesses de todos quantos vivam dos frutos do trabalho? É muito pouco, muito vago, muito impreciso, particularmente quando (de 1945 para cá) todos os partidos conservadores se apropriam retoricamente das palavras e das bandeiras da social-democracia. E é mais vago e mais impreciso ainda quando no capitalismo contemporâneo os oprimidos, muito mais do que os trabalhadores, são os excluídos.

Somos então socialistas? Eu penso que sim, mas reconheço as dificuldades honestas de todos quantos se haviam habituado a chamar de "socialismo real" ao regime instaurado pelos bolcheviques na Rússia. Pessoalmente, sou socialista porque, examinando a evolução do capitalismo desde as últimas décadas do século XVIII para cá, verifico que a socialização da produção aumentou e continua a aumentar cada vez mais. Perante tamanha socialização do trabalho, nada mais justo e necessário do que a socialização do consumo. Somos socialistas porque na sociedade industrial contemporânea o capital já não se limita a apropriar-se do trabalho, mas está se tornando capaz de dispensá-lo. Somos socialistas porque essa idéia se apóia na realidade objetiva e, principalmente, porque queremos uma sociedade mais justa.

Como será esse socialismo, se é que alguma vez chegará a ser, só o tempo será capaz de revelar. Mas o Partido dos Trabalhadores julga conhecer os passos que tem de dar agora para que daqui a dez anos a idéia esteja menos abstrata e distante. As administrações de Luiza Erundina, Olívio Dutra e Telma de Sousa, entre muitas outras, souberam mostrar isso! Então por que não assumir a ideologia, por mais problemas, dúvidas e incógnitas que ela possa conter?

V

O que é que um partido socialista deve dizer a seus eleitores potenciais em tempos de eleição ou a qualquer tempo?

Em primeiro lugar e antes de mais nada um partido socialista deve dizer à sociedade no que se distingue dos partidos conservadores e até explicar em que os partidos conservadores se distinguem uns dos outros. Em qualquer país e mais especialmente num país em que uma porcentagem tão elevada da população é composta de analfabetos totais e funcionais, incapazes de ler jornais ou até de acompanhar um noticiário de rádio ou de televisão, um partido popular autêntico deve antes de mais nada esclarecer didaticamente a população e informá-la sobre a realidade política e sócio-econômica do país.

O que são o PFL, o PDS, o PMDB, o PDT, o PSDB, o PSB e o PT? São um amontoado de letras ou de siglas mágicas (ou diabólicas, como uma parte considerável da população está sendo levada a pensar) ou possuem algum significado? Os seis primeiros são todos iguais e só o (candidato do) PT "é diferente de tudo o que já existe por aí"? Nas eleições municipais de 1985 o programa eleitoral do PT repetiu esse slogan vazio "ad nauseam", sem jamais explicar no que consistia a diferença. Ademais, será que o PFL e o PDS são iguais ao PSDB? Não se estará assim enganando a sociedade e o eleitorado e contribuindo para confundi-lo e para aprofundar a sua ignorância? Que tipo de consciência se está contribuindo para desenvolver?

Este texto não tem a menor intenção de sugerir que o PT com Eduardo Suplicy perdeu as eleições municipais de São Paulo por causa dos erros cometidos durante a campanha, nem que esse aspecto seja o mais importante. Penso que isso tenha ficado claro. Estou convencido, por tudo quanto já escrevi, que os danos causados pelos erros apontados foram muito mais graves do que a simples derrota eleitoral. Além da derrota houve, o que é muito mais grave, um enorme desperdício, uma grande falcatrua política cuja responsabilidade não pode sob nenhuma hipótese ser imputada somente ao candidato e ao seu círculo íntimo. Os erros resultaram simplesmente da falta de clareza do partido. Como já sugeri, a campanha eleitoral não foi muito diferente das campanhas anteriores.

A campanha eleitoral de Luiza Erundina assim como a do próprio Lula, para a Presidência da República, não contribuíram em nada para evitar que a campanha seguinte não tivesse de ser um novo começo a partir da estaca zero. Essas campanhas não construíram nada e nem há entre elas nada em comum, nenhum nexos de continuidade. "Sem medo de ser feliz" ou "Trabalhador vota em trabalhador" ou o "Lula-la-la" não significam nada, não dizem nada nem somam qualquer coisa com alguma coisa. Nos dias que correm, talvez slogans e "jingles" bonitinhos sejam indispensáveis, mas somente podem ser tolerados como acessórios.

É claro que qualquer observador atento terá percebido que muitos dos erros apontados resultaram sim do personalismo do candidato e dos seus assessores. A campanha foi visivelmente mais orientada para eleger um candidato do que para desenvolver a cultura política do eleitorado e para carrear uma quantidade maior de votos para a legenda, ampliando a representação partidária. Mas isso sugere apenas que uma campanha eleitoral é algo amplo e complexo demais para ser conduzido apenas por

Recebido para publicação em
fevereiro de 1993.

um candidato e por aqueles que se beneficiariam diretamente com a sua eleição.

Infelizmente não há nada de excepcional nessa atitude personalista que observamos na campanha. Concluo este texto no dia 30 de janeiro, quando o "imbróglio" provocado por Itamar Franco nas fileiras do PT atinge o seu apogeu. É triste observar que nesta crise quase todas as lideranças mais lúcidas do partido parecem ter definido suas escolhas apenas em função dos seus próprios interesses nas próximas eleições.

Oxalá eu esteja enganado!

Gabriel Bolaffi é professor da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP. Já publicou nesta revista "A arquitetura do poder e o poder da arquitetura" (Nº 9).

Novos Estudos
CEBRAP
Nº 35, março 1993
pp. 238-245
