

TALES FARIA

Jornalista e comentarista de política

Flávio Bolsonaro e arte de não quebrar sigilos

Desafiado por Luiz Inácio Lula da Silva (PT) a abrirem ambos seus sigilos bancários, fiscais, telefônicos e telemáticos, o candidato a presidente Flávio Bolsonaro (PL) respondeu com uma peça que entrará para a história das eleições. Entrará na forma de uma lição de como aceitar um desafio e inviabilizá-lo.

A coluna havia antecipado, no dia 20, que Flávio estava estudando aceitar o desafio de Lula “com restrições”, procurando aproveitar a execução “muito complexa” da quebra de sigilo, o que daria margem a ser furada.

O candidato do PL enviou um documento afirmando que entregará seus sigilos, mas depois que Lula atender às condições impostas no texto. Afirma de antemão que “não é sócio, administrador nem beneficiário da Alcazar Holdings, razão pela qual não dispõe dos respectivos dados bancários e fiscais” da empresa. Ou seja nada teria a entregar sobre ela.

Lula cobrou o rompimento do sigilo da Alcazar Holdings por ser uma offshore pertencente ao advogado Willer Tomaz, amigo de Flávio Bolsonaro, que é registrada na Ilha da Madeira, em Portugal, com filial no Brasil. Documentos e e-mails obtidos pela Polícia Federal apontam que o candidato teria sido cadastrado como “usuário master” de uma conta bancária da empresa no banco Santander, levantando suspeitas sobre possível sociedade oculta em negócios vinculados ao setor de apostas.

Flávio Bolsonaro respondeu que “não tem absolutamente nada a esconder” e que autoriza o levantamento dos outros sigilos pedidos por Lula “com

FERNANDO MOLICA

Jornalista e escritor

A estratégia do medo e a Quaest

A julgar por detalhes da pesquisa Quaest divulgada ontem, o medo representado pela eventual eleição de Flávio Bolsonaro (PL), tão ressaltada nos últimos dias pela campanha de Lula (PT), parece ameaçar a alegação de mudança pregada pelo senador fluminense.

A pequena, mas significativa oscilação na diferença entre os dois candidatos — caiu de dois pontos para um, com Flávio ainda numericamente à frente —, ocorreu não devido a uma crescimento do petista (que manteve seus 44 pontos), mas graças a uma queda do bolsonarista (de 46 para 45).

Para o candidato à reeleição, mais importante que a oscilação negativa de Flávio Bolsonaro (PL) foi a diminuição de sua própria rejeição. Há uma semana, 53% não admitiam votar no petista percentual que caiu para 47%, uma queda de seis pontos. O índice dos que não aceitam o senador também ficou menor, mas numa intensidade inferior, de 54% para 52%.

Semana passada havia um empate técnico nesse quesito: 54% rejeitavam Flávio; 53%, Lula. Na pesquisa de ontem, este placar negativo mudou para 52% a 47%, uma diferença de cinco pontos percentuais favorável ao petista.

Antes o índice dos que temiam a volta da família Bolsonaro ao Planalto era igual ao dos que tinham o mesmo sentimento em relação à permanência do petista: 43% nos dois casos. Agora, o temor em relação ao retorno do clã é superior, 44% a 42%

Uma análise mais cuidadosa da pesquisa re-

uma única condição”, que o adversário acrescenta à autorização sobre seus sigilos enviada à Justiça “todas as informações que há muito clamam pelo melhor desinfetante: a luz solar”.

Ele enumera como condição, num documento de 34 itens, que Lula apresente “termos individuais de autorização assinados pelas próprias pessoas” de seus cinco filhos, esposas, representantes legais das empresas das quais são sócios. Um mínimo de 21 pessoas, podendo chegar a centenas, pois inclui todas as empresas e seus proprietários que receberam recurso do Instituto Lula, por exemplo, e assessores do Palácio do Planalto e do Alvorada que tiveram acesso a aparelhos telefônicos nos quais Lula tenha recebido ou dado telefonemas.

Também cobra todos os possíveis registros de uma dezena de pessoas sobre a entrada e saída na residência oficial do presidente e no Palácio do Planalto. Entre essas, estão a lobista Roberta Luchsinger, amiga de Fábio Luiz Lula da Siva, o Lulinha; o ex-dono do Banco Master Daniel Vorcaro; o ex-ministro Guido Mantega; e Marco Aurélio Santana Ribeiro, o Marcola, ex-chefe de gabinete de Lula. No caso da amiga de Lulinha, também são exigidos registros dos voos da FAB (Força Aérea Brasileira) em que ela tenha viajado.

É praticamente impossível que essa documentação seja levantada até o próximo domingo, 25, dia da eleição. Muito menos até sexta-feira, 23, quando haverá o último debate da campanha eleitoral, transmitido pela TV Globo.

O documento de resposta de Flávio Bolsonaro ao desafio de Lula é apenas uma peça enviada pelo candidato para ser usada no caso de o adversário afirmar que ele fugiu do desafio. “Não. Não fugi. Mandei uma resposta cobrando igualmente os itens de seus sigilos que acho importante serem abertos à opinião pública. E você não abriu.”

vela que a campanha do atual presidente parece ter acertado ao procurar desconstruir a imagem do adversário. Entre eleitores com nível universitário, a preferência por Flávio caiu de 50% para 47%, a opção por Lula subiu de 40% para 46%. A diferença, antes de dez pontos, desabou para um ponto.

Discretas, mas importantes mudanças foram verificadas no tema religião. Flávio continua nadando de braçada entre os evangélicos, mas sua vantagem no segmento caiu de 32 para 28 pontos, uma oscilação negativa dentro da margem de erro para este tipo de contabilização. Entre os católicos, a vantagem petista subiu de seis pontos (49% a 43%) para dez (50% a 40%).

Um pequeno detalhe indica a possibilidade de efeito positivo da campanha lulista direcionada a eleitores de uma direita não bolsonarista, mais moderada: entre estes, a vantagem de Flávio continua imensa, mas caiu dez pontos: o placar era de 94% a 3%, mudou para 89% a 8%. Para efeito de comparação: na esquerda não lulista, a vantagem do petista, que era de 91% a 5%, caiu apenas um ponto.

A pesquisa reforça a cara de dois países: o de Flávio é majoritariamente branco (50% a 40%) e mais abonado (50% têm renda acima de cinco salários mínimos, contra 39% dos que preferem Lula). O petista fica com os pretos (50% a 39%) e com os mais pobres (51% a 37% ganham até dois salários mínimos).

A disputa parece se concentrar no eleitorado que não está nas pontas: os que têm ensino médio (52% a 37%, ampla vantagem de Flávio); pardos (46% a 42%, com liderança de Lula); e renda entre dois e cinco salários (48% a 42% pró-candidato do PL). As bondades de Lula dirigidas aos MEIs são focadas nesses cidadãos.

EDITORIAL

Pesquisas ajudam, mas não influenciam voto

As pesquisas de opinião ocupam um espaço cada vez mais relevante nas disputas eleitorais. Divulgadas diariamente nos períodos mais acirrados das campanhas, elas alimentam debates, orientam estratégias partidárias e ajudam a medir a temperatura do eleitorado. Mas até que ponto esses levantamentos influenciam a decisão dos eleitores indecisos? A resposta exige reconhecer que, embora não determinem o resultado das urnas, as pesquisas podem interferir na maneira como o cidadão escolhe seu candidato.

O eleitor indeciso é particularmente sensível ao ambiente político. Sem uma preferência consolidada, pode recorrer às pesquisas como uma referência para avaliar a viabilidade dos concorrentes, identificar tendências ou até buscar sinais sobre quem reúne melhores condições de governar. Nesse contexto, a intenção de voto de outros cidadãos funciona como um elemento adicional na formação de sua própria escolha.

Esse fenômeno ajuda a explicar dois comportamentos distintos. De um lado, há o chamado voto útil, quando o eleitor abandona sua preferência inicial para apoiar um candidato com chances reais de derrotar aquele que considera indesejável. De outro, existe o efeito de adesão ao favorito, pelo qual a liderança nas pesquisas pode atrair simpatizantes que desejam participar de uma vitória aparentemente provável. São tendências possíveis, não regras universais, e seus efeitos variam conforme a eleição, o contexto e o perfil do eleitor.

Entretanto, seria equivocado atribuir às pesquisas um poder absoluto sobre o comportamento eleitoral. Identificação partidária, valores pessoais, avaliação dos governos, propostas, debates e acontecimentos de campanha continuam pesando na decisão. Uma pesquisa desfavorável pode, inclusive, mobilizar apoiadores de um candidato ameaçado, enquanto a liderança nas intenções de voto pode estimular o excesso de confiança e reduzir o empenho de seus eleitores.

O problema surge quando os levantamentos deixam de ser tratados como instrumentos de diagnóstico e passam a ser apresentados como previsões definitivas. Pesquisas são retratos de um momento, sujeitos a margens de erro, oscilações e mudanças de cenário. Transformá-las em certezas alimenta estratégias oportunistas e empobrece o debate público, substituindo a discussão de ideias pela contabilidade de posições.

Cabe à imprensa divulgar os resultados com transparência, explicar suas limitações e evitar manchetes que convertam pequenas variações em reviravoltas políticas. Ao eleitor, compete avaliar os candidatos para além dos números. As pesquisas podem influenciar os indecisos, mas não precisam decidir por eles. Em uma democracia madura, a escolha deve resultar da reflexão sobre projetos, compromissos e capacidade de governar, e não simplesmente da tentativa de acompanhar o candidato que aparece na frente.

OPINIÃO DO LEITOR

Bom livro

Noite de autógrafo consagrada para a escritora Ilana Trombka, com o significativo livro “Mulher: a liderança em 10 lições”. A autora, Diretora-Geral do Senado Federal, pauta a vida com trabalho. Respeitada por senadores e funcionários. Ilana pode dizer, sem medo de errar, que veio ao mundo a trabalho, não a passeio.

Vicente Limongi Netto, Brasília - Distrito Federal

Contribuições por e-mail: endereço@correiodamanha.net.br

Correio da Manhã

FUNDADO EM 15 DE JUNHO DE 1901

Edmundo Bittencourt (1901-1929) | Paulo Bittencourt (1929-1963) | Niomar Moniz Sodré Bittencourt (1963-1969)

www.cm.com.br

Publisher
CLÁUDIO MAGNAVITA
redacao@correiodamanha.com.br

REDAÇÃO

Afonso Nunes (editor #cm 2) Gabriela Gallo, Ive Ribeiro, Marcelo Perillier, Pedro Sobreiro, Rudolfo Lago (editor), William França e Rafael Lima (Coordenador editorial)
Serviço noticioso: Folhapress e Agência Brasil

EDITORIA DE ARTE

Coordenação: José Adilson Nunes (projeto gráfico); Diagramação: Anderson Sá, Ricardo Gomes (projeto gráfico) e Thiago Ladeira - Marcos Lima (Gestor de TI)

TELEFONES

(21) 2042 2955 Whatsapp: (21) 97948-0452 | (11) 3042 2009 | (61) 4042-7872

RIO DE JANEIRO
Av. João Cabral de Mello Neto
850 Bloco 2 Conj. 520
Rio de Janeiro - RJ
CEP 22775-057

BRASÍLIA
ST SIBS Quadra 2 conjunto B
Lt 10 - Nucleo Bandeirantes
Brasília - DF
CEP 71736-202

SÃO PAULO
Av. Francisco Matarazzo, 1752, sala 2317,
Água Branca - São Paulo-SP, - CEP 05001-200
Campinas: Avenida Aquidabã, 766, Sala 51,
Centro - Campinas-SP, CEP 13026-510

Os artigos publicados são de exclusiva responsabilidade dos autores e não necessariamente refletem a opinião da direção do jornal