

Quem paga a orquestra...

..., em última instância, escolhe a música

Diário de S. Paulo



Pode-se dizer que uma das últimas grandes frustrações da esquerda brasileira foi o destino do PSDB, o Partido da Social Democracia Brasileira. Fundado por políticos que haviam se destacado na luta contra a ditadura militar, para ser alternativa pela

esquerda ao Partido do Movimento Democrático Brasileiro, o PSDB acabou sendo o partido das reformas neoliberais, que conduziu uma agressiva política de desmantelamento do Estado brasileiro.

O PSDB veio a ser o partido do capital financeiro. E uma das muitas evidências dessa sua posição foi a enorme generosidade com que as grandes empresas contribuíram para financiar as duas eleições presidenciais de Fernando Henrique Cardoso. FHC recebeu as maiores contribuições de campanha da história do país: foram cerca de R\$ 200 milhões, em 1994 e 1998. José Serra, o candidato do PSDB à presidência nas eleições de 2002, embora tenha recebido das mesmas fontes, já recebeu muito menos: cerca de R\$ 28 milhões.

Lula diante de Serra Na medida em que cada vez mais a política econômica do Partido dos Trabalhadores se parece com a do PSDB é razoável perguntar: a disposição do grande capital de apoiar o PT nas eleições é comparável à que manifestou no passado em relação ao partido de Fernando Henrique? A se julgar pelos resultados já conhecidos das últimas campanhas, a resposta é sim. No final da campanha eleitoral de 2002, Lula foi substituindo José Serra como o principal destinatário das maiores contribuições de campanha. Até agosto de 2002, Serra tinha recebido cerca de R\$ 10,5 milhões e Lula, apenas R\$ 3,5 milhões. Já em setembro havia um equilíbrio: Serra recebeu R\$ 8,1 milhões e Lula, R\$ 9,7 milhões. E em outubro, Lula disparou na frente, com R\$ 16,5 milhões, contra R\$ 9,9 milhões de Serra. E ao final da campanha, tinha batido os R\$ 28 milhões arrecadados por Serra, com R\$ 32,7 milhões.

De acordo com os resultados já conhecidos de 2004, o PT pode, nestas eleições, inclusive, bater o PSDB como o partido de preferência para as contribuições do grande capital. O caso das eleições de São Paulo é uma indicação disso. A prefeita Marta Suplicy, candidata do PT à reeleição, tem um plano de contribuições de campanha parecido com o de José Serra, seu adversário na disputa: ambos pretendiam arrecadar R\$ 15,0 milhões. Aparentemente, Marta teve mais êxito. Em meados de setem-

bro, seu comitê de finanças organizou um jantar no restaurante Fasano, em São Paulo, que arrecadou R\$ 3,0 milhões entre 600 representantes de empresas que pagaram R\$ 5 mil por convite. Logo depois, o empresário Ivo Rosset, dono da Valisère, organizou outro jantar de apoio a Marta, desta vez para 200 empresários mais graúdos, com a prefeita e o ministro da Fazenda Antônio Palocci (na foto, Rosset recebe Palocci para este encontro). Estavam presentes alguns dos maiores nomes da indústria e das finanças do país: como Olavo Setúbal Filho, do banco Itaú, Moisés Safra, do banco Safra, Gustavo Marin, do Citibank, Márcio Cypriano, do Bradesco, Benjamin Steinbruch, da CSN e outros.

O PT também conduziu campanhas muito caras em outros lugares. O partido montou um grande esquema de shows pelo país a um custo que se estima em mais de R\$ 5,0 milhões. Uma campanha como a de João Paulo, para a prefeitura do Recife, que em 2000 não teve mais de R\$ 1,0 milhão, este ano teve, estima-se, cinco vezes mais. Com mais dinheiro, o partido monopolizou os serviços de marqueteiros caríssimos, como Duda Mendonça, que cuidou da campanha de Marta Suplicy e se tornou uma espécie de referência para as campanhas de outros candidatos governistas.

O dinheiro não faz tudo Muitos petistas parecem acreditar que os métodos da campanha eleitoral não tem muito a ver com o seu conteúdo e que é possível, a partir de campanhas baseadas no dinheiro dos ricos, eleger candidatos reformistas que acabarão beneficiando o povo pobre. Deve-se levar em conta, também, que o PT é ainda um partido com uma enorme capacidade de mobilização, que arrecada mais de R\$ 40 milhões por ano, cerca de metade do fundo partidário público – em função do tamanho de suas bancadas eleitas – e a outra parte de seus militantes – graças a uma política acertada de cobranças profissionais.

Não há dúvida de que o dinheiro faz milagres, “desata vínculos consagrados, bendiz o maldito, torna aceitável a lepra e dá honra aos ladrões”, como disse Shakespeare, no *Timon de Atenas*. Mas, embora os cínicos digam que sim, o dinheiro não faz tudo. A se financiar cada vez mais com os donos do dinheiro, dificilmente o PT poderá se afastar deles e ser o partido das verdadeiras reformas de que o país precisa. Como disse nesta campanha o presidente do Tribunal Superior Eleitoral, Sepúlveda Pertence: “O financiamento privado é um investimento. Um investimento que se remunera às custas de corrupção”. Em outras palavras, o PT não deve se esquecer do dito popular segundo o qual, em última instância, “quem paga a orquestra escolhe a música”. ■