

As pesquisas e ação política

Dizem que os homens mentem porque os olhos mentem, os ouvidos mentem, o raciocínio engana e tudo mente afinal. Mas é particularmente notável que as pesquisas de opinião retornem às primeiras páginas de jornal com força determinante e decisiva na política brasileira. Já estão sendo exibidas pesquisas em que candidatos ficam situados a um ou dois pontos em relação ao primeiro colocado. Nas últimas eleições, o País assistiu assombrado a margem de erro que cada um destes documentos terminou revelando.

Os políticos andam ansiosos e não sabem qual é o melhor caminho a percorrer. O Pacote Econômico, com seus efeitos políticos, retirou dos parlamentares a chance de dissertar sobre a iminência da catástrofe. Agora, os mais pessimistas enxergam o caos para depois do próximo quinze de novembro. Os menos dramáticos andam sem assunto. Em meio a essa angustiante ausência de para tema de campanha, o recurso razoável é buscar na pesquisa uma preciosa fonte de informações para o eventual ou possível candidato.

Mas a memória recente da política nacional não recomenda a adoção sem cautelas deste procedimento. Os institutos de pesquisa de opinião pública estão devendo algumas sérias explicações ao eleitorado brasileiro. Já em 1982, na eleição no Rio de Janeiro, as pesquisas indicavam que o candidato Leonel Brizola não ultrapassaria a 17% da preferência dos eleitores. Passou dos 25%. Não falar na controvertida apuração — isso nada tem a ver com as pesquisas. Mas na eleição do último novembro, a ação destas empresas como agentes políticos eficazes terminaram fazendo com que o Senador Fernando Henrique Cardoso se sentasse na cadeira de prefeito de São Paulo antes da hora e sem bons motivos para fazê-lo.

São Paulo vem dando exemplos de decisão política por sobre as pesquisas de opinião pública. Mas lá o candidato Jânio Quadros desafiou pesquisadores e a imprensa, conseguindo uma importante vitória contra a máquina do PMDB. Antes, em 1982, também pesquisadores e imprensa foram vencidos pela política brizolista no Rio de Janeiro. Em Goiânia e em Fortaleza, na última eleição, ocorreram resultados jamais esperados, nem sugeridos, pelas pesquisas de opinião pública. As pesquisas vão continuar a existir no Brasil e talvez as empresas que se dedicam a essa atividade tenham sido pegadas de surpresa com a mudança verificada na sociedade brasileira. Cautela, no entanto, é recomendável.

Os políticos são mestres em saber de onde vem o vento de mudança e para onde sopra o bafejo da renovação. Por essa razão é difícil perceber os motivos pelos quais a pesquisa de opinião pública retorna à moda como fator preponderante da ação política e não apenas como instrumento da campanha individual do candidato. Para ilustrar um bom momento da desinformação ocasionada por pesquisas mal realizadas, a última tabela de preferência popular publicada pelos jornais indicava que Fernando Henrique Cardoso e Roberto Saturnino Braga tinham a mesma posição. Os dois constituíam candidatos já eleitos. A realidade modificou essa fantasia para desespero de quem nela acreditou e motivo de uma secreta vingança de quem se julgou vítima da mentira.

Não importa saber porque as pesquisas publicadas mentiram no todo ou em parte. Importa perceber que esses conjuntos de números foram utilizados como fonte básica de ação política. Houve quem modificasse seu voto porque não se escolhe um perdedor. Houve quem procurasse composições políticas, porque as pesquisas indicavam que tal ou qual candidato iria vencer, sem problemas, a eleição. Erro ou manipulação das pesquisas, isso importa menos que a importância político-eleitoral que a elas se atribui. Um dos assuntos em debate no Congresso Nacional, neste momento, diz respeito justamente ao prazo de publicação, anterior à eleição, das pesquisas de opinião pública.

Uma boa parte da redescoberta da importância das pesquisas de opinião pública decorre da atual sensaboria da política brasileira. As bandeiras de luta foram arriadas porque o Governo delas lançou mão. Os políticos, por seu turno, estão ansiosos para partir para a campanha eleitoral, que já se sabe, será extremamente difícil. Esses mesmos especialistas em pesquisa falam que na Câmara Federal haverá setenta por cento de novos membros. Isso, naturalmente, assusta aos atuais. O mesmo fantasma povoa a imaginação dos senadores, que se sentem pressionados na base e acuados em Brasília. O resultado, além da já constatada sensaboria, é a inquietação e a busca de definição prévia através de pesquisa, o que nos últimos anos só tem contribuído para aumentar a incerteza.