

do todos os dias. Cada um fala o que quer, ouve o que não quer e o eleitor julga. Por isso a campanha não é publicitária, é jornalística. Quanto tem para o pré-sal? São 5 bilhões de barris a US\$ 40 dólares o barril. US\$ 200 bilhões. Por que não põe US\$ 100 bilhões na saúde agora? Ah, não existe? Pensei que tivesse. Não estão falando que a Petrobras está sendo capitalizada com 5 bilhões de barris?

Valor: A aposta, então, é que na disputa entre biografias o Serra leve?

González: O Serra é o favorito, tem grandes chances de ganhar. A Dilma passou a ter problemas com a entrada do Ciro [Gomes] e da Marina. Será uma surpresa se ela decolar. O governo acha que vai ser um plebiscito Lula versus não-Lula, ou Lula versus FHC, mas nós não vamos deixar. Não é isso. É a biografia do Serra contra a da Dilma. E daí o nosso japonês é melhor do que o japonês dos outros. Serra foi deputado constituinte, senador, secretário de Estado, ministro duas vezes, prefeito, governador. Tudo o que ele fez alicerça o que vai prometer. Isso dá credibilidade, confiança. E é uma figura nacional.

Valor: Como contrabalançar o Norte e o Nordeste?

González: Uma questão central na campanha é que Serra não pode perder Sul e Sudeste. Não é à toa toda essa movimentação em São Paulo. Eles não são trouxas, precisam de alguém que tire votos do Serra aqui. Uns cinco, seis pontos. Todo esse jogo com o [Gabriel] Chalita é entre PSB e PT porque tem que tirar uns 4 milhões de votos do Serra aqui. O Nordeste é fundamental, é importante, mas acho que nunca se pode perder suas cidadelas. O negócio é que não se pode perder de muito lá e ganhar bem aqui. Serra é tido no Nordeste como o melhor ministro da Saúde que o Brasil já teve.

Valor: O PMDB é crucial?

González: Se o PMDB for para o governo nos prejudica bastante porque tempo de TV é importante.

Valor: O fato de o PMDB ter as maiores bancadas no Congresso e o maior número de prefeitos não é importante também?

González: Não. Isso não é garantido, pois ninguém sabe se eles vão ajudar mesmo. Alguns só ajudam se receberem recurso material, outros até ajudam adversários. O PMDB de Pernambuco é diferente do de Goiás, que é diferente do Rio. Há a possibilidade remota, mas existente, de eles fecharem com o Serra. Aí nossa chance aumenta

muito. A possibilidade em que acredito: o PMDB não vai para ninguém. Aí zera e a eleição fica polarizada entre Serra e Dilma. Mas até o início da campanha ela vai sofrer com matérias que ela não emplaca. Alguém do PT em off criticando, dizendo que o gênio dela é ruim, que ela briga com todo mundo. Só bastidores. Ela vai sofrer com isso.

Valor: E o Ciro?

González: Não emplaca. Primeiro porque não vai ter tempo de TV. Vai ter PSB e mais o tempo igualitário, que vai dar uns dois minutos e meio. Sabe qual a leitura do público? 'Aquele pequeninho lá não vai governar porque não consegue agregar. Tem dois que são pra valer e dois nanicos'. Segundo porque ele é verborrágico e alguém vai provocá-lo. Pode ser o Serra ou até mesmo a Dilma, porque pode se travar uma disputa entre ela e o Ciro pelo segundo lugar. Para nós é o melhor cenário. Isso se o Ciro não tiver cometido nenhum deslize verborrágico, o que eu não acredito.

Valor: E a Marina?

González: É uma candidata interessante, bacana, com história bacana, com aura de seriedade. A única coisa que a prejudica neste momento é o pouco tempo de TV. É pouco para expor as ideias, convencer, seduzir e apaixonar. O eleitor também avalia a capacidade de fazer alianças pelo tempo de TV. A tradução do pouco tempo é esse: o cara não tem força. Ela tende a murchar também.

Valor: Aqui em São Paulo o PSDB faz sucessor sem atropelos?

González: São Paulo sempre é uma eleição complicada. É um lugar com opinião pública forte, gente informada, urbanizada, antenada. Mas acho difícil para a oposição mesmo porque não sei quem é o candidato.

Valor: O Palocci pode ser competitivo em São Paulo?

González: Será um erro se ele sair. Tem uma série de coisas de quando ele foi prefeito de Ribeirão Preto que ainda não foram resolvidas, assim como o caso do caseiro Francenildo que também não foi resolvido na opinião pública.

Valor: E a disputa entre os tucanos? Alckmin lidera as pesquisas, mas o meio político prefere Aloysio Nunes Ferreira, com dois pontos nas pesquisas. É difícil alavancar o Aloysio?

González: Você pergunta o que é mais difícil, não a minha preferência. Mesmo porque, essa é uma questão partidária e não me caberia opinar. Mas é óbvio que é mais

difícil pegar alguém com 3 ou 5 pontos e lutar morro acima para levar a 20, 25 pontos e forçar o segundo turno do que pegar um candidato com 50 pontos, ex-governador do Estado.

Valor: O que é mais determinante ao voto?

González: Tem uma tese do professor João Albuquerque, da USP, defendendo que 15% votam por identificação, o mesmo percentual, por oposição e 70% por expectativa de benefício futuro. A questão central é como se cria uma identificação com o candidato e se desperta no eleitor a confiança de que ele é capaz de melhorar sua vida.

Valor: A internet vai ser importante em 2010?

González: A cada eleição a internet fica mais importante. E, em 2010, pode até ser a ferramenta mais comentada, pelas novidades que trará. Mas não acredito que será a mais importante. Nas condições de 2010, acho que a TV ainda será mais importante do que a internet, por mais amplas e diversificadas que sejam as ações na internet e por mais tradicionais que sejam na TV. Mário Covas dizia que se ele tivesse pouco dinheiro pagaria advogado e programa de TV e depois contrataria o resto. Se fosse para hierarquizar os veículos que eu usaria, diria que o mais importante é o horário eleitoral, free media [presença dos candidatos no rádio, TV, jornais e revistas], programa eleitoral no rádio e, por fim, a internet.

Valor: Por que?

González: Pela abrangência. O Brasil tem pouco mais de 131 milhões de eleitores. A televisão chega a praticamente todos. Existem 57 milhões de domicílios no Brasil. Há pelo menos um aparelho de TV em 95% desses domicílios — 170 milhões de brasileiros a assistem diariamente. Estima-se que haja até 60 milhões de internautas, com 11 milhões de conexões em banda larga. Ou seja: a televisão chega a muito mais gente. Outra questão é a distribuição geográfica. A TV chega a todo o país de maneira mais uniforme: 96% dos domicílios urbanos têm TV. Na zona rural a presença cai, mas ainda é alta: 78% das residências rurais têm TV. Essa presença avassaladora e bem distribuída não acontece, ainda, com a internet. A internet está mais presente nas regiões Sul e Sudeste, com 60% dos internautas. Mas as regiões Norte e Nordeste que têm, juntas, 34% do eleitorado,

só têm 22% dos internautas.

Valor: Essa concentração da internet no Sul e Sudeste favorece alguma candidatura?

González: Acho que a internet vai servir de maneira distinta às candidaturas. Serve mais ao PT do que ao PSDB. Como o PT tem mais dificuldade no Sul e no Sudeste, onde a internet tem mais penetração, o instrumento vale mais. Da mesma forma, se o corte for cidade grande versus cidade pequena, o PT tem mais dificuldade nas capitais e cidades grandes. O PSDB tem mais dificuldade nos grotões. Desse ponto de vista, o que o PSDB precisa é de carro de som nas pequenas cidades. Além disso, a televisão é um veículo impressionista. É um veículo de emoção, que surpreende o telespectador em sua casa. Nessas características essenciais, é insubstituível.

Valor: O que o senhor achou da reforma eleitoral recém-aprovada?

González: Lamentável. O Congresso perdeu a oportunidade de limpar as regras eleitorais, de deixar o pleito mais livre. Por exemplo: não se pode usar imagem externa nas inserções ao longo da programação, nos comerciais. Mas se pode usar imagem externa nos programas grandes, em bloco. Qual o motivo?

Valor: Quais são os outros problemas da reforma?

González: A reforma instituiu um "liberou geral" nas coligações. Agora é possível, na mesma circunscrição eleitoral, fazer coligações que se contradizem. Essa emenda do "liberou geral" para as coligações atende a estratégia governista. Nos últimos anos, prevaleceu a norma que impedia o uso de um espaço eleitoral no rádio e na TV por um candidato a outro cargo. Mesmo assim, em 2006 Lula "invadiu" grande parte das campanhas estaduais, principalmente onde o candidato a governador do PT era fraco. Foi parcialmente punido por isso, com perda de tempo de TV. Nem todas as "invasões" foram descobertas a tempo de se acionar o TSE. Na eleição de 2010, as campanhas estaduais estão autorizadas a veicular "imagem e voz" do candidato a presidente, ou de militante político nacional. Traduzindo: é a licença para Lula e Dilma "invadirem" os tempos de propaganda de candidatos a governador, senador e deputados. Vai ser uma festa. Infelizmente, a oposição deixou passar. Vamos ver o que o TSE diz sobre o assunto.