

Duelo

Este domingo os portugueses escolhem quem vai ocupar o Palácio de Belém nos próximos cinco anos, depois de uma campanha afetada pela pandemia

António
Costa Pinto



Político, ICS-ULisboa



Telmo
Correia

Deputado do CDS

A CAMPANHA ELEITORAL FOI ESCLARECEDORA?

SIM Em eleições presidenciais, quando o Presidente em exercício concorre, o que está em causa é o balanço do seu mandato. Nos debates televisivos entre candidatos e na campanha eleitoral formal, as críticas a Marcelo ficaram bem claras. Em segundo lugar, para os outros candidatos os objetivos são diversos, e esses foram, no fundamental, atingidos.

Para os candidatos associados a partidos, como André Ventura, Tiago Mayan, Marisa Matias e João Ferreira, mesmo que as candidaturas sejam “individuais”, estes gozam, para o pior e para o melhor, da vantagem de as suas candidaturas estarem associadas a estes partidos. A mensagem deles tem como objetivo fixar ou desenvolver o eleitorado destes partidos, já conhecidos do eleitorado e gozando do seu indicador de notoriedade. Ninguém achará que a mensagem de João Ferreira ou de Marisa Matias se afasta muito da dos seus partidos. Ainda que seja verdade que, no caso de Marisa, ela tenha ajudado o Bloco nas eleições presidenciais passadas e agora a associação a este não a favoreça, ninguém poderá dizer que a sua candidatura se afastou da mensagem conhecida. O mesmo, por razões óbvias, se passa no caso de João Ferreira.

À direita, então, nem falar. No caso do presidente do Chega, a mensagem foi omnipresente no conteúdo e na forma. O seu líder não poderia ter aproveitado melhor esta

campanha eleitoral, dos debates às visitas aos berços imaginários da nacionalidade. A sua mensagem talvez tenha mesmo dominado grande parte destas eleições. Ainda que associado a um partido mais discreto e elitista, reconheça-se que a mensagem liberal do partido e de Tiago Mayan Gonçalves foi sistematicamente proclamada.

Aquela que teria mais a ganhar com uma campanha eleitoral mais dinâmica é a candidata Ana Gomes. Ainda que o seu indicador de notoriedade seja significativo, associado à mensagem justicialista que a tornou conhecida na televisão, correr o país com apoio de algum aparelho, a sua associação a alguns notáveis do PS, poderia ajudar uma imagem mais institucional. No entanto, a dupla dimensão — justicialista e de esquerda — ficou bem clara.

A personalidade conta em eleições presidenciais, sempre associada a uma mensagem que a referencie em termos de valores, propostas políticas e partidos. Se, como é previsível, a abstenção for gigante e introduza incerteza nestas eleições, não será pela “ausência” de campanha. Tivemos gatos, barragens, minicomícios, visitas e mesmo jantares. Mas tivemos, sobretudo, a comunicação social a acompanhar os candidatos, e estes a falarem à sociedade por ela, como no passado.

Se a abstenção for gigante e introduza incerteza nestas eleições, não será pela “ausência” de campanha

NÃO Quando há uns dias o Parlamento aprovou a concessão de honras de Panteão a Eça de Queirós (uma prioridade com 120 anos de atraso), dei comigo a pensar como é que o príncipe dos nossos romancistas e autor de “Uma Campanha Alegre” olharia para os dias que correm. O título, provavelmente, seria: uma campanha triste.

Triste, desde logo, pelas circunstâncias em que decorreu, claramente condicionada pela pandemia. Mas triste também porque foi pouco esclarecedora e, sobretudo, pouco terá adiantado em relação ao que já sabíamos antes.

Tratando-se de uma campanha com um vencedor antecipado, a primeira grande curiosidade era saber que sentido dará Marcelo Rebelo de Sousa

aos próximos cinco anos. Desse ponto de vista, não ficámos a saber muito mais. Marcelo escolheu claramente colocar-se como um “catch all President”. A campanha pouco adiantou.

Chegou a dizer que se manteria igual, enquanto alguns pretendiam que ele estivesse mais à esquerda ou mais à direita. Poderia ser o meu caso, mas não. Tendo feito várias críticas ao longo do mandato, confesso que nunca tive a menor expectativa de que ele se colocasse mais à direita. Nem era isso o que se lhe exigia, mas tão-só que, dispondo de uma maioria não só diversa como mais

ampla do que a que suporta o Governo, tivesse mantido uma maior independência. Ou seja, em

relação ao Governo, mais coabitação (à francesa) e menos casa e pucarinho, à portuguesa.

Isto não invalida que, efetivamente, nestas eleições só Marcelo concorra de facto para Presidente e que seja ele o único que demonstra estar preparado para a função e até alguma contenção — surpresa.

Enquanto os outros concorrem basicamente para aproveitar a oportunidade de afirmar a sua agenda populista e promover a radicalização da sociedade, seja à esquerda ou à direita; ou então, como é o caso de Ana Gomes, com um objetivo de notoriedade pessoal, os velhos ódios de estimação e os mesmos aliados de sempre, informáticos ou não.

Os debates tornaram isto muito evidente. Uma verdadeira oportunidade perdida. Trocas de insultos e de ódios de estimação, sem uma ideia de fundo sobre o país.

Isto num momento em que Portugal enfrenta no plano nacional uma das suas maiores crises. Crise sanitária, crise económica e social, mas também crise das instituições democráticas.

É célebre a expressão de De Gaulle: “J’ai une certaine idée de la France.” Ficou por saber, nesta campanha, que ideia têm os candidatos sobre o nosso futuro coletivo enquanto nação. Pode o Presidente louvar-se no mandato anterior, mas é o único.

**Os debates foram
uma verdadeira
oportunidade
perdida. Trocas
de insultos e de ódios
de estimação**

