

**O PROJETO
ELEITORAL DO PCdoB**
Páginas 4, 5, 6 e 7

A Classe Operária



ÓRGÃO CENTRAL DO PARTIDO COMUNISTA DO BRASIL

Avançar

para vencer

**Informações
da Direção
Nacional
do PCdoB**

Página 2

**Candidato
dos
milionários**

Página 3

**De olho na
propaganda
eleitoral**

Página 2

**Lutas
salariais
denunciam
o pesadelo
do Real**

Página 8

Há uma situação preocupante no âmbito político. As pesquisas eleitorais, instrumento manejável das forças reacionárias, indicam vantagem crescente para o candidato Fernando Henrique e acentuado declínio de intenção de votos para Luís Inácio Lula da Silva. Inverte-se a perspectiva que durante vários meses assinalava Lula como vencedor imbatível. Ainda que não se deva aceitar semelhantes pesquisas como referência idônea a uma avaliação correta do quadro eleitoral, há evidências que, em certa medida, confirmam o ascenso e a queda dos candidatos citados.

Desde há muito, o Partido Comunista do Brasil assinalou que a vitória da candidatura popular não seria fácil, nem isenta de conflitos políticos, mas resultado de dura batalha contra as classes dominantes e seus parceiros imperialistas. Jamais seria um passeio tranquilo.

Dura batalha que significava a necessidade de delimitação dos dois campos em luta e de ganhar a consciência popular para o nosso lado. Impunha-se orientar a atividade política para as grandes massas que, no Brasil, vivem nos centros urbanos, nas grandes e médias cidades. Convencê-las que nesta batalha estavam em jogo os destinos do Brasil e o futuro do povo brasileiro tão sofrido e espezinhado pelos que governam o país há mais de um século. Significava também criar e ampliar um vasto sistema de alianças políticas, uma frente sem hegemonismo imposto artificialmente, a fim de congregar não apenas os partidos ditos de esquerda,

também personalidades destacadas, todos os que defendem a soberania nacional, o sistema democrático e a urgência de soluções aos problemas sociais. Em síntese, criar a força capaz de contrapor-se ao poderio do inimigo conservador

Constata-se que essa orientação nem sempre predominou. Subestimou-se a capacidade das forças reacionárias e da oligarquia financeira internacional de forjar uma situação favorável à vitória do seu candidato. Situação que não se exprime num fato único. Nela se inclui uma série de medidas preparatórias do ato final, consagrador de seus propósitos. São elos da mesma cadeia: a aprovação do chamado Plano de Emergência que cortou verbas destinadas à saúde, educação, habitação e saneamento visando supostamente "enxugar" o Orçamento Federal; a aprovação de uma Lei Eleitoral antidemocrática; a indicação de um candidato gestado nas esferas oficiais; a revisão da Constituição, ainda que não tenha alcançado os objetivos visados; a montagem de artifícios, apoiado na mídia, para a polarização da disputa presidencial visando à derrota de Lula; e, por fim, a implantação do Plano Real de pretensa estabilização econômica, apoiado pelo FMI e pelo grande empresariado do país.

A estratégia do campo reacionário visava o isolamento e a derrota das forças progressistas. Cabia às correntes democráticas e populares opor-se decidida e oportunamente a essa estratégia como condição fundamental para construir a vitória difícil, mas possível, da candidatura de origem popular. Não

foi dada suficiente atenção a essa questão. Houve demasiada euforia e ilusões em neutralizar setores reacionários que jamais favoreceriam a vitória do nosso campo.

Ainda é tempo de reorientar a campanha eleitoral das correntes progressistas. Buscar os alvos certos em cada situação. Desmascarar o plano antinacional, antidemocrático e anti-social do candidato da direita, plano neoliberal, em essência do mesmo estofado Collor, ainda que se apresente com outras roupagens para tentar confundir o eleitorado. Mobilizar a militância, levar multidões à praça pública atraídas pelo discurso contundente e esclarecedor do palanque nacional, democrático e popular.

O PCdoB mantém-se fiel aos seus compromissos com Lula e as forças populares. Enfrenta com serenidade os desafios do momento adverso que atravessa a campanha. Lutará até o fim pela nossa vitória. Considera que Lula tem chance de ultrapassar as dificuldades e chegar competitivamente ao segundo turno.

Sem dúvida, a luta eleitoral não se resume à disputa presidencial. O PCdoB julga da maior importância a conquista de posições no Congresso Nacional e nas assembleias legislativas. Será fator essencial em qualquer situação que se vier a formar com o novo presidente da República. Insiste por isso em intensificar a luta por todos os meios a fim de tornar vitorioso o projeto político do Partido de eleger seus candidatos a cargos federais e estaduais, bem como de multiplicar as forças progressistas no Legislativo.

Secretariado Nacional

Informações da Direção Nacional

A revisão continua sendo golpe

A tentativa de promover a revisão constitucional permanece no centro da estratégia política das classes dominantes. Na luta sucessória a idéia tem sido defendida com insistência por todos os grandes partidos. É tão avassaladora a campanha revisionista que chega a atingir até mesmo setores progressistas, propensos a aceitar a convocação de uma assembléia revisora exclusiva em 1995. O governo, em fim de mandato, tem revelado a pretensão de reformar a carta constitucional ainda na atual legislatura.

Uma vez mais o Partido Comunista do Brasil manifesta sua oposição às tentativas de revisão da Carta, pois os objetivos em vista consistem em adaptar a ordem jurídico-política brasileira ao neoliberalismo prevalecente na atual ordem mundial onde pontificam os interesses das grandes potências imperialistas. Permanecem na pauta das forças favoráveis à revisão a quebra dos monopólios estatais, a abertura indiscri-

minada da economia ao capital estrangeiro, a flexibilização de direitos sociais e a privatização da previdência.

A revisão constitucional não se justifica também pelo fato de ser uma aberração jurídica, uma vez que o processo de revisão já transcorrido, segundo autorizava o artigo 3º das Disposições Transitórias da Constituição, foi dado como constitucionalmente esgotado pelo Congresso Nacional. Neste sentido, qualquer tentativa de alterar dispositivos da carta que não seja pelo processo de emendas através do quórum qualificado de três quintos, é um golpe inconstitucional.

As forças de esquerda, o movimento popular e sindical, as correntes democráticas e nacionalistas devem estar alertas diante da insistência das elites dirigentes e do imperialismo em revisar a Constituição e opor-se a essa investida contrária aos direitos dos trabalhadores e aos fundamentos da nação.

Solidariedade ao Haiti

A decisão do Conselho de Segurança da ONU (com as abstenções do Brasil e da China) de autorizar a invasão do Haiti é uma reedição da velha política intervencionista do imperialismo norte-americano em países da América Latina. Pretendendo combater a ditadura na ilha caribenha e empossar o presidente eleito, o padre Bertrand Aristide, os imperialistas estadunidenses preparam nova escalada militarista na região que consideram seu "quintal dos fundos". Seguramente, os povos latino-americanos são solidários ao povo haitiano em sua luta pela democracia e pelos direitos humanos. Mas sabem também que a bandeira da democracia não está nas

mãos dos que sempre fomentaram golpes de estado e sustentaram ditaduras militares na América Latina.

O Partido Comunista do Brasil manifesta sua decidida oposição a qualquer tentativa de intervenção militar no Haiti. A invasão armada da ilha caribenha por tropas estadunidenses ou de uma coalizão internacional constituirá grave ameaça não somente aos interesses do povo haitiano mas aos de todos os povos latino-americanos e à soberania dos nossos países. Ao mesmo tempo, reafirmamos a defesa da democracia e dos direitos humanos, considerando questão de exclusivo foro do povo haitiano a decisão sobre o futuro político de seu país.

Coréia: agradecimento

O Comitê Central do PCdoB recebeu a seguinte mensagem do Comitê Central do Partido do Trabalho da Coréia:

"Expressamos nossos sinceros agradecimentos ao Comitê Central de vosso partido por sua profunda

condolência pelo falecimento do grande líder Kim Il Sung, Secretário Geral do Partido do Trabalho da Coréia e Presidente da República Popular Democrática da Coreia".

Pyongyang,
5 de agosto de 1994

De olho na propaganda eleitoral

Pedro de Oliveira

Usando linguagem simples e direta, a candidata ao senado pela Frente Minas Popular, Jô Moraes (PCdoB), faz sucesso durante os programas de TV e rádio. É a candidata que vem polarizando o debate com o representante do projeto neoliberal, Fernando Henrique Cardoso (PSDB/PFL). Num de seus primeiros programas FHC fez a apologia do preço do pãozinho que, segundo ele, estaria mais acessível agora com a adoção do Plano Real.

Jô foi à rua e comprando o tal pãozinho constatou o aumento que sofreu na virada do Real, de 130 cruzeiros reais para 10 centavos (correspondente a 275 na moeda anterior). Se a família consumir de 8 a 10 pãezinhos por dia, só aí já dá metade do atual salário mínimo. Isso tudo explicado no vídeo de forma concreta por Jô, repercutiu positivamente na campanha do PCdoB que aponta os responsáveis pela situação difícil por que passam os assalariados brasileiros e as saídas para crise, com a necessidade de um projeto de desenvolvimento independente do país, sem recessão e desemprego.

Em alguns Estados e mesmo no horário destinado à campanha majoritária da Frente Brasil Popular, grassou uma concepção equivocada de que não se deveria criticar o Plano de FHC. Com isso, os discursos ficaram muito parecidos e o eleitor não percebia o diferencial das campanhas. Sem delimitação de campos não há como capitalizar para as hostes populares a denúncia do neoliberalismo embutido no Plano Real. A crítica, entretanto pode cair no vazio se for feita de forma geral. O exemplo de Minas, neste sentido, é esclarecedor.

Se o impacto dos primeiros programas de TV e de rádio com esse formato draconiano imposto pela regulamentação do TSE não foi dos mais agradáveis, o PCdoB vem se destacando por esse Brasil afora com criatividade como se pode ler na reportagem enviada pelo Rio Grande do Sul, publicada nesta edição.

No Rio de Janeiro, os programas de Lindberg Farias e Jandira Feghali

também se transformaram em centro de atenções por sua edição dinâmica onde se utilizou a linguagem própria da TV, apesar das restrições. O centro das preocupações com esses programas é uma boa escolha dos temas a abordar. Os poucos segundos do espaço do PCdoB vêm sendo em vários estados o exemplo de combatividade para outros partidos populares.

Como o horário eleitoral não é visto todos os dias pelos telespectadores cada programa deve se bastar por si mesmo - dando todas as informações necessárias para que o eleitor saiba que aquele cidadão que está no vídeo/ou no rádio é candidato pelo PCdoB a tal ou qual cargo eletivo. Não podemos mais trabalhar com o conceito de programas seriados onde se coloca a conta-gotas ou como se fosse uma novela os nossos pontos de vista.

Na grade de temas, precisamos repetir, sob ângulos diversos, algumas questões básicas para vincar o perfil do candidato e não pulverizar demais os problemas a serem abordados. Não esquecer do bordão ao final de cada programa, para ajudar no resíduo do programa.

Como a audiência relativa cresce à medida que nos afastamos das grandes concentrações, aconselhamos colocar no vídeo/rádio um telefone de comitê de campanha que possa nos dar retorno da qualidade dos programas e eventualmente contactarmos apoiadores em locais onde só a TV e o rádio chegam.

Os nossos programas poderão também veicular eventos de campanha ajudando na mobilização. Nosso combate ao voto nulo e branco deve ser permanente e pode ser utilizado para divulgarmos nossos candidatos, montando barraquinhas nos pontos centrais para ensinar o povo a votar.

Nesta reta final de campanha precisamos elaborar programas bem didáticos para ensinar o povo a votar certo. Podemos focalizar uma cédula eleitoral e mostrar como preenchê-la, por exemplo. É a nossa boca de urna eletrônica, apontando os nomes e os números de nossos candidatos.

Prêmio de publicidade para o PCdoB

O prêmio Colunistas, maior premiação da propaganda brasileira, foi entregue no dia 16, em Porto Alegre, aos profissionais que mais se destacaram no mercado publicitário gaúcho.

O PCdoB, através da veiculação de três anúncios nos jornais gaúchos, foi escolhido como exemplo de uma boa propaganda. O trabalho premiado se relaciona aos anúncios chamando para os programas de TV (cadeia nacional) e a convenção de outubro de 93.

Ficha técnica:

Categoria:	Política e eleição
Título:	Série "PCdoB na TV"
Agência:	Nova Forma
Direção de criação:	Roberto Ataúde
Prêmio:	Bronze
Area:	Mídia impressa

A Classe Operária

Diretor e Jornalista Responsável: João Amazonas - **Editora:** Ana Maria Rocha - **Redação:** Dilermando Toni, Guiomar Prates - **Correspondentes:** Calucho Carvalho (BA), José Ribamar Praseres (MA), Luciana Costa (PA), Marcos Lopes (PI), Niura Delfort (SE) - **Colaboradores:** Altamiro Borges, Andrea Penna, Antonio Carlos Queiroz, Ary José Rocco Jr., Bernardo Joffily, Carlos Pompe, Jefferson Barros, José Carlos Ruy, José Reinaldo Carvalho, Juarez Tadeu, Lejeune Mato Grosso, Luiz Aparecido, Marcos Ruy, Moacyr de Oliveira Filho, Olivia Rangel, Pedro Augusto Pereira, Pedro de Oliveira, Sueli Scutti, Umberto Martins, Weverton Brito Lima - **Projeto Gráfico:** Bernardo Joffily - **Diagramação:** José Luís Muñera Reyes - **Composição e Arte Final:** Compuarte - Fone (011) 287-3430 - **Fotolito:** Ajato - **Impressão:** Artprinter - **Administração:** Eriberto Muniz - **Assinaturas:** Nelson Lopes da Silva - **Publicação mensal da Empresa Jornalística A Classe Operária - Rua Adoniran Barbosa, 53 - Bela Vista - São Paulo - SP - CEP 01318-020 - Fone: (011) 604-4140 - Fax: (011) 606-0412.**

Sedes Regionais do PCdoB

ACRE - Rio Branco - R. Rio Grande do Sul, 65 - (068) 224-7329 - ALAGOAS - Maceió - R. Santos Pacheco, 308 - (082) 221-4534 - AMAZONAS - Manaus - R. Luiz Antony, 762 - (092) 233-7717 - AMAPÁ - Macapá - Av. Feliciano Coelho, 882 - Bairro do Trem - BAHIA - Salvador - R. José Duarte, 5 - Tororó - (071) 321-6420/6622 - CEARÁ - Fortaleza - R. São Paulo, 1037 - (085) 221-4090 - DISTRITO FEDERAL - Brasília - HIGS 704 BL G Casa 67 - (061) 225-8202/3933 - ESPÍRITO SANTO - Vitória - R. Prof. Baltazar, 152 - (027) 222-8162 - GOIÁS - Goiânia - Av. Anhanguera, 3595 - Ed. S. Luiz - sala 3 - 3º andar - (062) 212-4014 - MARANHÃO - São Luiz - R. Viana Vaz, 110 - (098) 222-5295 - MINAS GERAIS - Belo Horizonte - R. Padre Belchior, 285 - (031) 222-3161 - MATO GROSSO DO SUL - Campo Grande - R. Maracaju, 249 - sala 15 - MATO GROSSO - Cuiabá - R. Comandante Costa, 548 - fundos - (065) 321-5095 - PARÁ - Belém - R. Senador Manuel Barata, 1157 - Reduto - (91) 222-8733 - PARAÍBA - João Pessoa - R. Pedro II, 932 - (083) 221-8325 - PERNAMBUCO - Recife - R. Viana Vaz, 110 - fundos - (071) 222-5038 - PIAUÍ - Teresina - R. Desembagador Freitas, 1216 - (086) 221-1162 - PARANÁ - Curitiba - R. André de Barros, 26 - Casa 6 - (041) 223-5920 - RIO DE JANEIRO - Rio de Janeiro - Av. 13 de maio, 33 - 16º andar - conj. 1601 - (021) 240-5286/532-4118 - RIO GRANDE DO NORTE - Natal - R. Vaz Godin, 86 - Pça. Kennedy - (084) 222-6323 - RONDÔNIA - Porto Velho - R. Tenreiro Aranha, 3216 - Claria - (069) 221-4242 - RORAIMA - Boa Vista - Av. Mario Homem de Melo, 1051 - (095) 225-1546 - RIO GRANDE DO SUL - Porto Alegre - R. Dr. Vale, 142 - Floresta - (051) 228-5152 - SANTA CATARINA - Florianópolis - R. Anita Garibaldi, 128 - 2º andar - (0482) 24-1927 - SERGIPE - Aracaju - R. Lagarto, 890 - (079) 224-8664 - SÃO PAULO - São Paulo - R. Condessa de São Joaquim, 272 - Liberdade - (011) 37-8483 - TOCANTINS - Gurupi - Av. Goiás, 1962-B.

FHC, candidato de Washington, Ondina e Jardins

Comenta-se que jamais um candidato a presidência da República do Brasil teve tanto apoio das elites quanto Fernando Henrique Cardoso.

Dilermando Toni

As classes dominantes brasileiras desta vez não foram pegadas de surpresa como em 1989 quando descarregaram todo o peso na candidatura Collor de Mello, por falta de uma melhor opção no seu próprio campo. É verdade que demoraram muito em encontrar um nome que preenchesse seus critérios. Porém, escolheram cuidadosamente alguém que não tivesse relação passada com a ditadura militar, que não estivesse diretamente envolvido nas denúncias de corrupção recentes e, o que é mais importante, que estivesse disposto a cumprir cabalmente o programa das elites. Assim, FHC transformou-se no candidato dos milionários.

Preenchido o vazio jogaram-se de corpo e alma na batalha para derrotar a alternativa popular representada por Lula. O país assiste agora a um dos maiores arrastões políticos de que se tem notícia para manipular a consciência popular e impor FHC como presidente. Papel destacado nesta empreitada espúria é cumprido pela grande imprensa e institutos de pesquisa.

A transição. O fato é que a burguesia monopolista mundial, particularmente a norte-americana, a oligarquia financeira internacional, e as classes dominantes internas - banqueiros, grandes empresários da indústria e do comércio, e latifundiários - resolveram adotar algo como um "programa de transição" para os países periféricos, chamado frequentemente de "ajuste estrutural".

No caso brasileiro uma proposta que fizesse a ligação entre a "nova ordem", na qual o domínio dos EUA é questionado por uma forte concorrência comercial com o Japão e a Europa, e um "novo modelo" de desenvolvimento interno que deveria se sobrepôr ao cambaleante tripé que predominou por cinco décadas: Estado, empresa privada nacional e multinacionais. O vilão, para as elites, é o "Estado em-

presário", exaurido pelo pagamento de dívidas aos barões das finanças internas e externos.

A transição significa "arrumar a casa" de forma a possibilitar um novo padrão de acumulação capitalista: privatizações, abertura comercial, estabilidade monetária, renegociação para o pagamento da dívida externa, "valorização" da moeda nacional para facilitar as exportações dos países ricos, reforma tributária e da previdência social para aliviar o Estado, etc.

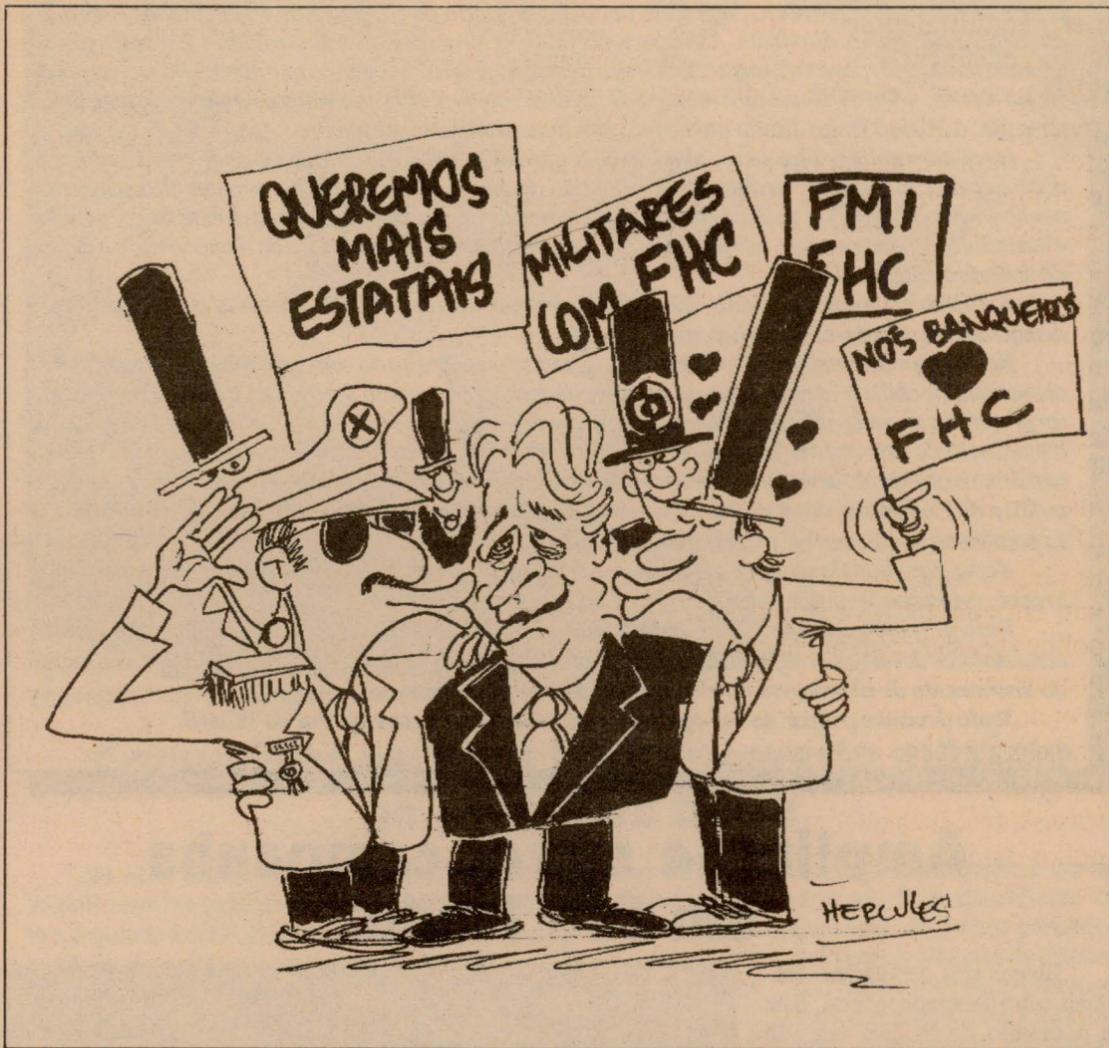
Isso é o que se passa no campo das elites brasileiras. É a tentativa da grande burguesia superar a crise em seu próprio benefício; crise que ela mesma provocou. Sem entender esse processo não se pode explicar as alianças de FHC, a unidade entre social-democratas e liberais. Não se entenderá por que FHC propõe como primeira medida de seu eventual governo uma reforma na Constituição.

No terreno programático, que é o fundamental, Fernando Henrique Cardoso é igual a Collor. Aliás, já se assinalou com propriedade que o empenho de FHC para participar do governo collorido não era uma questão de oportunismo e sim de afinidade.

Em torno deste programa neoliberal é que se dá uma ampla unidade das elites contra o campo popular.

Washington. Por mais que FHC tente aparecer como independente e vender seu Plano como nacional os fatos insistem em desmenti-lo. Declarações sucessivas dos figurões da oligarquia financeira internacional revelam o FMI e o Banco Mundial como matriz do Plano de Estabilização e o caráter pró-imperialista da candidatura de FHC.

Nessa lista entram Michel Candessus, diretor-gerente do FMI, John Reed, presidente do Citibank e coordenador do comitê dos bancos credores do Brasil, Ronald Brown, secretário de Comércio dos EUA, J. Williamson, tecnocrata americano, criador da



expressão Consenso de Washington, que sintetiza todo o programa neoliberal, que disse que o Plano FHC é inteiramente consistente com tal Consenso, e muitos outros. Todos jogando pesado pelo sucesso de FHC.

De Washington a aliança de FHC passa pelo palácio de Ondina, sede do governo baiano, de onde Antônio Carlos Magalhães comanda a oligarquia nordestina. A última cartada de ACM foi a escolha de Marco Maciel para ser o substituto de Guilherme Palmeira como vice de FHC.

Maciel se orgulha de seu passado como serviçal da ditadura, ajudou o general Geisel a fechar o Congresso Nacional, foi governador biônico de Pernambuco, foi líder de Collor no Senado. Caracteriza de forma clara a aliança com a direita feita por FHC, mostra o perfil conservador da candidatura tucana.

A alta burguesia do Sudeste, os banqueiros da Febraban, os industriais da Fiesp, simbolizados pelos Jardins, região da capital paulista onde os milionários têm seus negócios, estão praticamente todos com FHC. Agora vem a público Roberto Campos, ex-ministro da Fazenda da ditadura, defender a retirada da candidatura de Esperidião Amin (PPR) para apoiar FHC. As pesquisas mostram que quanto mais alta a renda de uma faixa da população, maior a diferença a favor de FHC.

Dois lados. A evolução da campanha política presidencial evidencia de forma clara a opção e a concentração das elites na candidatura de FHC que, além de representar o continuísmo, pretende fazer reformas no sentido

de uma inserção ainda mais submissa do Brasil na "nova ordem", às custas do arrocho e da exclusão dos trabalhadores.

A introdução da nova moeda, a estabilização relativa dos preços e toda a avalanche propagandística em torno disto, surgem como que para apagar as diferenças entre a candidatura das elites e a candidatura popu-

lar de Lula, para confundir o eleitor e impedir que ele possa fazer um julgamento correto entre os candidatos.

Superar este nível de discussão e mostrar ao eleitor as verdadeiras e mais profundas implicações da candidatura de FHC tornam-se questões vitais para os comunistas e forças progressistas nesta última fase da campanha.

Bom para o Brasil, FHC?

A renegociação da dívida externa brasileira, com os bancos credores e o Clube de Paris, feita dentro da proposta do FMI, Banco Mundial, conhecida como Plano Brady, ganhou impulso sob o governo Collor e foi concretizada por Fernando Henrique Cardoso, quando ministro da Fazenda. FHC apresentou tal fato como uma grande vitória, pois "os prazos haviam sido dilatados e o montante da dívida havia sido reduzido". Segundo FHC a renegociação que ele dirigiu é um dos pressupostos básicos para seu Plano de Estabilização.

Os setores progressistas denunciaram a falácia do agora candidato das elites, mostrando com dados concretos que com o acordo de FHC o Brasil passará a pagar cerca de US\$ 20 bilhões por ano aos credores internacionais.

Agora surge uma outra notícia que evidencia que tal acordo foi altamente benéfico para os banqueiros inter-

nacionais. Trata-se dos lucros de alguns bancos norte-americanos só no segundo trimestre do corrente ano.

O jornal Gazeta Mercantil do dia 20 de julho publicou as informações sob o título "Bancos lucram com o Brasil". No caso do Citicorp, cujos lucros cresceram 96% em relação ao mesmo período do ano passado, atingindo US\$ 877 milhões, a matéria diz: "nada menos que US\$ 173 milhões vieram da reestruturação da dívida externa do Brasil pelas regras do Plano Brady". No lucro do First Chicago, de US\$ 168,7 milhões, a entrada dos bônus Brady do Brasil representou US\$ 32 milhões. O Chase Manhattan anunciou lucros de US\$ 307 milhões dos quais US\$ 46 milhões (15%) procedem da reestruturação da dívida brasileira. A receita líquida de juros do JP Morgan foi de US\$ 540 milhões, dos quais US\$ 35 milhões são de juros pagos pelo Brasil.

Agenda Lula Brasil

27 de agosto	Dia Nacional de Criação de Comitês Populares
30 de agosto	Dia Nacional de Mobilizações das Mulheres
2 de setembro	Dia Nacional de Mobilização - presença nas ruas com símbolos da campanha, distribuindo material visual e convocando para o dia 7 de setembro
7 de setembro	Arrancada Final! - manifestações em todas as Capitais e Grandes Cidades (palanque cultural e preparação para a grande mobilização da reta final)
5 a 18 de setembro	Semana Nacional de visitas domiciliares (multirões com "som", bandeiras, panfletos etc... nos bairros periféricos).

COM
Centro de Documentação e Memória
Fundação Maurício Grabois

Assegurar a vitória do pro

Fase decisiva na campanha

Pouco mais de um mês nos separa do dia das eleições. Entramos na etapa decisiva em que o objetivo principal é assegurar a vitória do projeto político partidário de eleger 15 ou 16 deputados federais e de 22 a 25 deputados estaduais. Aspecto importante do projeto eleitoral partidário é a obtenção de expressiva votação para todos os candidatos a deputado federal, mesmo os que não tenham chances de serem eleitos, a fim de alcançar o mínimo de 1% dos votos válidos nacionais exigidos pela legislação para que o PCdoB tenha direito ao normal funcionamento parlamentar.

No quadro político brasileiro, a vitória do projeto eleitoral do partido tem grande significado, pois disso depende em grande medida a consolidação de uma força política que se opõe firmemente ao neoliberalismo, defende a união do povo brasileiro em torno de uma frente única democrática, popular e nacionalista e aponta como tarefas estratégicas a luta pelo aprofundamento da democracia e a defesa da soberania nacional.

A vitória eleitoral do PCdoB não é objetivo meramente partidista. Interessa a todas as forças democráticas, populares e patrióticas.

Nesta etapa da batalha eleitoral é preciso garantir a conquista do voto, massificar as candidaturas comunistas, mobilizar a militância do partido, intensificar o contato direto com o povo. É necessário ter presente que, malgrado os vaivéns das pesquisas eleitorais sobre as sucessões nacional e estaduais, a tendência de expressivas fatias do eleitorado é votar nas forças progressistas. Isto significa que os candidatos do Partido devem ser os primeiros a transmitir ao povo um contundente apelo pela renovação política do Congresso, denunciar as elites dirigentes que levaram o país ao abismo e levantar bem alto as bandeiras democráticas, populares e nacionais.

Nesta fase final da campanha, cabe ao partido explicar ao povo como votar e combater o voto branco, arma que favorece os grandes partidos conservadores.

Para o "corpo a corpo" final, toda a militância do partido e os comitês populares das nossas candidaturas devem estar suficientemente equipados de uma grande quantidade de cédulas, consagrado instrumento de abordagem do eleitorado e de conquista do voto.

Nada devemos poupar no esforço para concretizar o projeto eleitoral do PCdoB.

Amplitude marca campanha em São Paulo

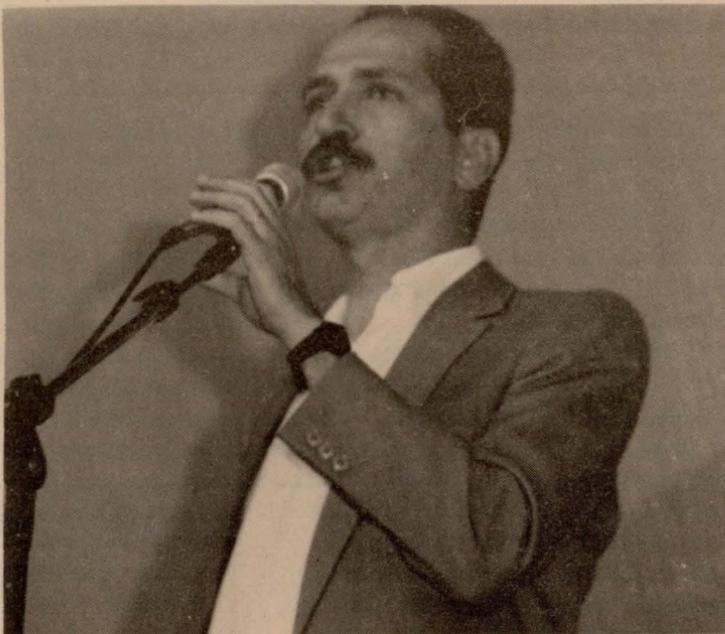
Eleger três deputados estaduais e um deputado federal. Este é o desafio do PCdoB em São Paulo. Desafio que o Diretório Regional, reunido no início de agosto considerou possível de ser vencido. Para isso, essa fase da campanha deve ganhar em volume e politização.

Os candidatos são Aldo Rebelo, que concorre à reeleição, para deputado federal. Para deputados estaduais, Jamil Murad, que também concorre à reeleição, Nivaldo Santana e João Bosco.

Segundo o presidente do Diretório Regional, Walter Sorrentino, esta é a maior campanha do PCdoB em São Paulo. "A principal particularidade é a amplitude de apoios", afirma.

Walter aponta alguns aspectos responsáveis por essa amplitude. O principal deles é a orientação do Partido nesse último período: além da marca da luta social, já característica, o PCdoB deu grande atenção ao problema nacional.

Os mandatos exitosos de Aldo Rebelo (deputado federal) e Jamil Murad (deputado estadual) são o segundo fator a ser considerado. Por exemplo, das cerca de mil entidades sindicais existentes em São Paulo, duzentas têm diretores que apoiam as candidaturas do PCdoB. Boa parte deles em função da atuação de Aldo em defesa dos sindicatos, particularmente quando foi relator da comissão que deu parecer contrário ao projeto de Collor que pretendia desmantelar os sindicatos brasileiros. "O combate ao projeto neoliberal ampliou a nossa base de apoio e possibilita também a sustentação material da campanha", diz Walter Sorrentino. As finanças, normalmente, são um ponto de estrangulamento. Festas e jantares foram uma das formas encontradas para arrecadar dinheiro ao mesmo tempo que funcionam como aglutinadores de lideranças. Advogados, profissionais liberais, condutores e outros setores têm realizado este tipo de atividade. O jantar de sindicalis-



Aldo Rebelo

tas, por exemplo, reuniu em uma churrascaria, quase 300 pessoas em apoio aos quatro candidatos.

Também para arrecadar finanças, o PCdoB lançou a campanha dos cem reais, que podem ser pagos em até quatro vezes, utilizando os bônus eleitorais.

A terceira marca da campanha em São Paulo é a militância do PCdoB, que cresceu muito. A campanha de filiação realizada no primeiro semestre contribuiu decisivamente. Diferente de outros estados, o grande número de filiados em São Paulo, é a base de sustentação da campanha, além de contribuir para a estruturação de comitês, que hoje atingem cerca de 350 municípios. Se o Partido garantir o voto dos filiados já será meio caminho andado para a eleição dos candidatos. Segundo o secretário de organização do Diretório Regional, Jairo José, a meta é de que cada filiado receba, por mala direta, pelo menos uma correspondência até 3 de outubro.

Encerrada a primeira fase, a hora é de dar volume e politizar a campanha. Dois pontos fundamentais mas que, para serem bem sucedidos, precisam superar a visão rotineira. O volume de campanha normalmente se caracteriza pelas colagens e pichações. Es-

tas atividades estão sendo dificultadas pelo TRE. "Precisamos colocar o Partido nas ruas, debatendo com a população, polemizando com o candidato das elites", diz Walter. Nesse contexto, os arrastões realizados nos bairros, com 50 militantes ou mais, têm se mostrado uma experiência interessante. Nesta fase da campanha, o PCdoB está concentrando esforços para ocupar pontos importantes do centro, com a realização de panfletagens. Plenárias de lideranças também contribuem para aumentar o volume da campanha.

Em São Paulo, o PCdoB já esteve coligado com o PT em outras eleições e hoje é a segunda força na Frente Brasil Popular. Isso, segundo Walter, aumenta a responsabilidade. "Sempre nos destacamos como o aliado mais firme, com uma compreensão mais profunda do processo de luta de classes. Por isso, não será agora que ficaremos abatidos com as dificuldades ou com a queda nas pesquisas. Precisamos tirar Fernando Henrique de trás do Plano e combatê-lo de frente. Essa polarização precisa ser estabelecida, principalmente em São Paulo, onde as elites econômicas têm um grande peso político."

Competidores fortes, esforço dobrado

O controle oligárquico do grupo ACM sobre o governo do Estado, a Assembléia Legislativa, o Judiciário, a maioria das prefeituras, rádios e TV's interfere com mãos de ferro no processo eleitoral da Bahia. Chama a atenção, sobretudo, a máquina publicitária carlista, que não se detém nas proibições da lei.

Na coligação em que está o PCdoB, a lista de candidatos a deputado federal é numericamente pequena e conta com competidores fortes, o que exige esforço dobrado para incluir Haroldo Lima entre os prováveis poucos eleitos desta frente (PCdoB, PSDB, PPS e PV).

É extensa a chapa dos candidatos a deputado estadual dessa coligação. Entretanto, os postulantes em geral, tem possibilidades de extraordinárias votações.

Haroldo Lima, líder do PCdoB na Câmara dos Deputados e candidato à reeleição, tem grande prestígio e influência política geral e sua campanha poderá se desenvolver mais tornando-se o carro-chefe da mobilização das candidaturas estaduais do partido que são Alvaro Gomes, Davidson Magalhães, Alice Portugal e Vandilson Costa.

As campanhas comunistas partem de um patamar importante. O partido tem inserção no movimento de massas, situa-se à frente de importantes sindicatos e entidades estudantis, tem vereadores nas grandes cidades. Os comunistas têm tradição política e acumulada experiência eleitoral. "Agora impõe-se a campanha de rua, a concentração nos redutos e o corpo a corpo", diz Renildo de Souza, presidente regional do PCdoB.

Alvaro Gomes precisa consolidar-se com a identidade de candidato dos bancários e ampliar sua presen-

ça para outras categorias, buscar o voto de opinião e intensificar o esforço nos redutos de Feira de Santana, Juazeiro, Tapiramutá e Salvador.

Davidson Magalhães tem construído partido em novos municípios no curso da campanha eleitoral, tem atraído apoio de vereadores de outras legendas e ocupado um bom espaço na imprensa.

Alice Portugal tem a candidatura bem situada entre os funcionários da UFBA mas precisa melhorar a campanha entre professores e estudantes e atingir outras universidades e escolas secundárias; assim como lutar pelo voto dos setores médios e desenvolver agressiva e eficaz campanhas nos bairros e conjuntos habitacionais de Salvador.

Vandilson Costa é o candidato a deputado estadual de maior expressão em Guanambi, importante cidade baiana. Por seu mandato anterior tem possibilidades de obter um bom desempenho nos municípios da região do algodão em torno de Guanambi. Em Salvador, Vandilson poderá obter razoável votação com um trabalho cuidadoso de amarração de votos entre estudantes de Direito, funcionários da EBDA e CAR e no bairro de Brotas.



Haroldo Lima

Nomes expressivos

O PCdoB lançou 48 candidatos a deputado estadual, 27 a federal, cinco senadores e dois vice-governadores. São lideranças destacadas na luta política, econômica e social. São dirigentes partidários, sindicais da cidade e do campo. Nomes expressivos que se projetaram no cenário político nacional, como os atuais integrantes da bancada federal, que estiveram à frente da luta contra as privatizações, do combate aos corruptos, contra a revisão constitucional, em defesa dos monopólios estatais e da soberania nacional. Haroldo Lima, na Bahia; Aldo Rebelo, em São Paulo; Sérgio Miranda, em Minas Gerais; Jandira Feghali, no Rio de Janeiro; Socorro Gomes, no Pará; e Renildo Calheiros, em Pernambuco, são candidatos à reeleição e personificam o perfil dos candidatos do PCdoB: combatividade coerente e compromisso com os autênticos interesses do povo e da nação brasileira.

DANIEL VAZ

Sete meses de campanha eleitoral do PCdoB



Renildo Calheiros

Cresce a adesão em Pernambuco

Em Pernambuco as candidaturas de Renildo Calheiros (federal) e Luciana Santos (estadual), estão a todo vapor. Desde o lançamento que reuniu, em abril, três mil pessoas, todos os eventos têm sido um sucesso.

Nesta eleição foi criado um grande espaço para as candidaturas a federal de esquerda e progressistas no Estado. Vários candidatos que, tradicionalmente ocupavam esta faixa do eleitorado não estão concorrendo. É o caso de Roberto Freire, que obteve 100 mil votos em 90 e agora concorre ao Senado, e de Cristina Tavares, Oswaldo Lima Filho, Egídio Ferreira Lima e Maurílio Ferreira Lima.

Renildo tem grande apoio entre os professores pela sua atuação parlamentar em defesa da educação. Sua candidatura tem adesão dos metroviários e ferroviários, portuários, servidores públicos federais, petroleiros e metalúrgicos.

A candidatura de Luciana se concentra na região Metropolitana de Recife. Seu dia começa cedo. Às 6 horas já está na porta de alguma empresa acompanhada por vários sindicalistas. A programação da campanha segue com passagem em salas de aula, reuniões e debates em escolas de segundo grau.

No último dia 7 foi realizado um grande bingo em Ouro Preto, Olinda; os prêmios foram doados por comerciantes da região. Destaque para o número crescente de artistas que manifestam apoio a Luciana, como foi o caso recente da artista plástica Tereza Costa Rego.

Independente da presença dos candidatos, existe uma intensa programação. Funciona um comitê de sindicalistas com programação própria, que realiza panfletagens e reuniões nos locais de trabalho, não só das categorias a que pertencem mas também de outras. Secundaristas também têm a sua programação de visita às escolas em Jaboatão, Recife, Paulista e Olinda.

Tem chamado a atenção a adesão ao PCdoB. Na cidade de Barreiros, um grupo de pessoas que antes apoiava Roberto Freire, filiou-se ao Partido e criou o diretório municipal do PCdoB. Em Jaboatão teve um grande ato para filiar cerca de 50 professores, sindicalistas e estudantes. Em Salgueiro, sertão de Pernambuco, um médico de prestígio, suplente de vereador também aderiu ao PCdoB.

Em setembro

Recursos: as iniciativas a nível de articulação e apoios visando angariar fundos devem se intensificar, bem como as atividades de massa de finanças como bingos, jantares e rifas.

Volume de campanha: a batalha do corpo a corpo já com a cédula ensinando a votar; multiplicar os mutirões nos bairros, panfletagens em porta de fábrica e nos centros de maior concentração nas cidades; pixações com o nome dos candidatos, os carros de sem com a propaganda não só sonora como visual dos candidatos.

Filiação: não esquecer de levar sempre as fichas de filiação ao PCdoB nas atividades de campanha. O exemplo do Rio Grande do Sul e São Paulo mostrou que os novos filiados se integram rapidamente na campanha e são uma base sólida de votos e de ampliação da campanha. Além disso, passada a eleição, o partido terá suas fileiras aumentadas.



Jussara Cony em campanha com Olívio Dutra e Lula

Comunistas gaúchos tiram proveito máximo no programa de TV

No Rio Grande do Sul o PCdoB concorre com um candidato a deputado federal, Édson Silva, e três à Assembléia Legislativa: Jussara Cony, Elói Frizzo e Matozzo. O Diretório Regional avalia que existe possibilidade de eleger todos os candidatos.

Na atual fase da campanha, o PCdoB procura tirar proveito máximo da propaganda eleitoral gratuita, já que faz um programa de TV competente e que repercute na mídia. Logo após o primeiro programa, os candidatos comunistas apareceram em jornais, rádio e televisão. Segundo o secretário de propaganda, Mauro Gaglietti, "foram 89 segundos que viraram muitas horas".

No Estado, Lula lidera a corrida ao Palácio do Planalto e FHC procura trabalhar o voto útil contra o candidato da Frente Brasil Popular. Para o governo estadual, Antonio Britto, do PMDB, tem 50% das

intencões de voto e Olívio Dutra, da Frente, chega a 25%, melhor marca já atingida por um candidato de esquerda.

Os sete partidos que compõem a Frente querem mudar esse quadro e estão empenhados em tornar a campanha mais ofensiva. O início do horário eleitoral polarizou a campanha e Olívio lidera nas cidades com mais de cem mil habitantes.

Colocar a militância na rua é o principal objetivo desta fase. A ordem é tirar as bandeiras dos armários e ocupar as praças, universidades, fábricas e terminais de ônibus. Isso já começou a acontecer com os comícios de Lula e Olívio realizados em Rio Grande e Caxias do Sul.

Ao contrário de 90, onde todo a militância concentrou esforços para eleger Jussara Cony, pela primeira vez no Estado, o PCdoB lança mais de um candidato a deputado estadual. Isso traz a necessidade

de ampliar a campanha e, em muitos casos, fazer dobradinhas com candidatos de outros partidos. O melhor exemplo vem de Caxias do Sul, onde Elói Frizzo desenvolve duas campanhas. Com Édson Silva junto ao eleitorado partidário de Caxias e toda a região da Serra e Passo Fundo. Junto aos bairros e as grandes fábricas a dobrada é com Paulo Paim, do PT. Já Édson Silva faz várias dobradas com estaduais de outros partidos.

Sérgio e Jô em Minas

Desde o lançamento da candidatura a federal de Sérgio Miranda, que contou com a presença do senador Eduardo Suplicy e cerca de 500 pessoas, a campanha pela reeleição de Sérgio não deixou um só instante de participar de conferências, debates e comícios, sempre procurando mostrar o real significado do projeto neoliberal, desmascarando a propaganda enganosa do perverso plano de FHC.

Nas estatais como Petrobrás, Cemig, Telemig e Embratel a candidatura de Sérgio tem tido boa aceitação. Para contribuir no combate ao Plano Real foram impressos 80.000 exemplares de um material cujo título é: Caia na real, seu salário perdeu para os preços. A meta é terminar agosto com 100 comitês organizados na capital. No dia 29 será realizada uma grande plenária para a Arrancada da Vitória.

Lançada no último prazo de registro de candidatos e com a campanha centrada basicamente na TV, a candidata ao Senado pelo PCdoB, Jô Moraes, saiu dos iniciais 1% para 4% nas pesquisas, alcançando na Grande BH a marca dos 5% segundo dados do DataFolha, colhidos entre 8 e 9 de agosto.

Jô é a única mulher candidata ao Senado e aos demais cargos majoritários em Minas. Seu programa de TV tem se marcado por um confronto com a candidatura de FHC, a partir de aspectos cotidianos da vida do povo. A forma coloquial e firme com que vem se apresentando no vídeo tem alcançado grande repercussão nas diferentes regiões do Estado.

Campanha pelos 70 mil votos

No Ceará, a campanha para eleger Inácio Arruda deputado federal, está entrando em sua fase decisiva. O consenso entre os observadores das diversas coligações em disputa, é de que o potencial eleitoral de Inácio é dos mais destacados na região Metropolitana de Fortaleza.

No entanto, o coeficiente eleitoral para eleger o primeiro deputado federal será de 140 mil votos. Isso projeta (no interior da Frente pela Cidadania, composta por PT, PSB, PCdoB e PPS) uma necessidade de conquistar pelo menos a metade dos votos para a eleição de Inácio.

Nesta situação o PCdoB do Ceará decidiu lançar a campanha dos 70 mil votos, na forma de apelo público a ser veiculado nos programas de TV, rádio, comícios, reuniões nos bairros, sindicatos, universidades e colégios. Também instrumentos como a mala direta e imprensa escrita serão utilizados. A preocupação com a eleição de Inácio está conjugada com a candidatura de Carlos Augusto Diógenes (Patinhas) a



Inácio e Patinhas na disputa

deputado estadual, que disputa com boas chances uma das quatro prováveis vagas da Frente.

Patinhas conseguiu uma expressiva base para sua candidatura conquistando o apoio dos contemporâneos de 1968 - inclusive das principais lideranças estudantis da época, que hoje

são personalidades reconhecidas profissionalmente e na política estadual.

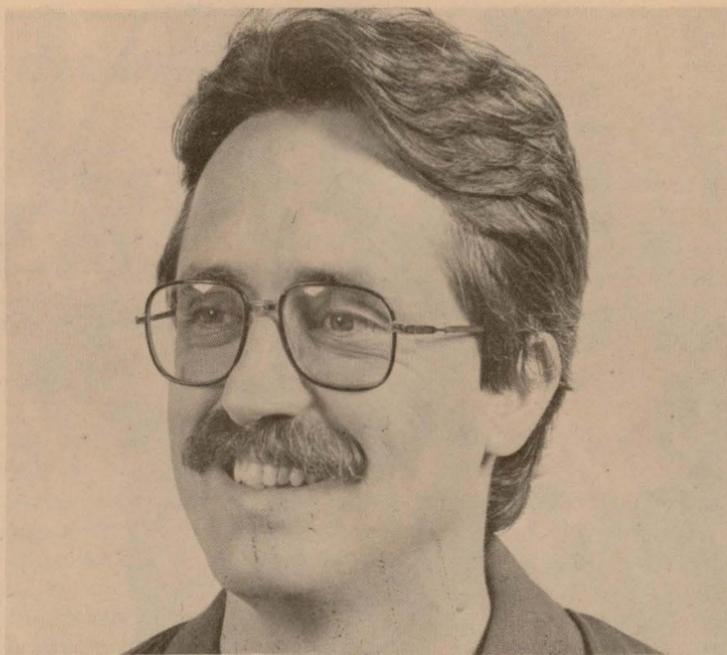
A outra candidatura do PCdoB a estadual, a do petroleiro e vereador Tinoco Luna, também vem se destacando. Ele tem na juventude, sua principal base de apoio.

EDUARDO VIANA

LOIR GONCALVES

Aldo Arantes - a voz que Goiás precisa

Aldo Arantes esteve em São Paulo no último dia 10 de agosto para o ato de lançamento da campanha e da cartilha da UBES para a formação dos grêmios livres. Em 1985 como deputado, Aldo foi o autor do projeto de lei que garante o grêmio em todas as escolas. Agora Aldo Arantes é novamente candidato a deputado federal pelo PCdoB em Goiás. E nessa condição falou à Classe.



Aldo Arantes

Classe - Como vai a campanha em Goiás?

Aldo Arantes - Há um clima bastante favorável às candidaturas do PCdoB. Posso dizer que a repercussão da minha candidatura é maior que nas campanhas anteriores. Temos encontrado muito apoio na área da juventude e da educação. Hoje temos uma presença marcante na Universidade Federal e na Católica, bem como nas faculdades do interior. E isso é um dado novo. Por outro lado é muito grande a receptividade na área da saúde, sobretudo em Goiânia mas também em Anápolis. Estamos mais presentes nos bairros de Goiânia e nas cidades do interior.

Classe - Vocês estão conseguindo trabalhar com novos setores?

Aldo Arantes - Temos sim. Como exemplo posso citar a torcida Camisa 12 de um dos maiores times de Goiás, o Vila Nova. Um contingente grande de torcedores está apoiando minha candidatura.

Classe - Como é que vocês abordam os estudantes e os professores universitários?

Aldo Arantes - Nós já temos uma vinculação histórica. Eu como deputado federal fui o autor do projeto de legalização da UNE e tenho estado presente nas lutas e manifestações estudantis. Essa é a base do relacionamento. No momento temos feito debates sobre a história do movimento estudantil, utilizando um filme sobre a UNE que nós mesmos projetamos em telão. Paralelamente a isso estamos lançando a cartilha da UBES sobre a campanha de formação dos grêmios, estimulando o debate sobre a organização da juventude nos colégios.

Classe - Nos bairros, como se tem feito a campanha?

Aldo Arantes - Temos feito inúmeras reuniões e festas, concentrando em cerca de dez bairros. Essa ligação se ampliou com o meu mandato de vereador da capital. Uma marca da nossa campanha são as caminhadas. Reunimos algumas dezenas de militantes, carro de som, bandeiras e saímos falando nas nossas propostas, cumprimentando as pessoas e distribuindo material de propaganda. As caminhadas têm sido

um mecanismo extremamente rico para entrar em contato com a população, tanto nos bairros como no centro da cidade, nos pontos de maior concentração, nas repartições, etc.

Classe - Com o desgaste generalizado dos políticos como se situa sua campanha?

Aldo Arantes - Goiás tem 17 deputados federais, uma banca muito reacionária e completamente distante das lutas populares. A população faz a comparação levando em conta o passado e a atividade parlamentar dos candidatos. Hoje tanto os servidores da Universidade como os trabalhadores rurais reclamam que não têm mais a quem recorrer lembrando-se da época em que eu era deputado constituinte. Daí o slogan da minha campanha: A voz que Goiás precisa. Por outro lado, hoje está muito presente na consciência das pessoas a questão da ética na política e todos sabem que fui deputado federal por dois mandatos e continuo tendo a vida simples que sempre tive. Isso vale mais que muitos discursos. Avalio que o entusiasmo e a confiança com tenho sido recebido vem desta descoberta de que existem políticos honestos, diferentes dos políticos tradicionais vinculados à corrupção.

Classe - Como vocês estão trabalhando o interior?

Aldo Arantes - Em 82 dois terços dos meus votos vieram do interior. Esta situação foi se modificando e praticamente se inverteu em 90, quando tive 18.000 em Goiânia. Este problema tem nos preocupado muito e temos nos esforçado na busca de um maior equilíbrio no conjunto do Estado. Nossa experiência indica que a juventude é o elo através do qual as idéias progressistas têm condições de penetrar fora da capital. Nas caminhadas que estamos fazendo pelas cidades do interior percebemos que os setores que têm uma certa independência econômica, como por exemplo os bancários, são os que tendem mais a apoiar a esquerda. Isso não só em relação à minha candidatura como à dos nossos três candidatos a deputado estadual: Denise, de Goiânia, que já é deputada, Egmar José que é vereador em Anápolis, e Geraldo Martins em Catalão.

Classe - Sua candidatura tem extrapolado o círculo de influência do partido?

Aldo Arantes - Tem sim. Com candidatos a deputado estadual da coligação. São várias dobradas e posso dar como exemplo candidatos do PT em Minas Sul e Anápolis. Há também vereadores, do PMDB e do PDT, partidos que não são da coligação e não são candidatos e que me apoiam. Em Aparecida, em Orizona e noutras cidades.

Classe - Como estão funcionando os comitês?

Aldo Arantes - Além dos vários comitês de categoria que não têm sede, temos formado os comitês domiciliares nos bairros. A família que nos apóia cola na fachada da casa uns cartazes, o outdoor de pobre, indicando que ali é uma base de apoio da candidatura.

Classe - E disputa majoritária?

Aldo Arantes - Goiás é um Estado agrário, lá foi fundada a UDR por Ronaldo Caiado, que é candidato a governador e se apóia neste segmento conservador. Por outro lado há a luta dos trabalhadores goianos que tem muita tradição. O PMDB, cujo candidato é Maguito Vilela, joga na tentativa de derrotar Caiado no segundo turno, já que ele é o candidato de maior rejeição. Ao lado destes dois há Lúcia Vânia, os três embolados nas pesquisas. O quadro não está consolidado e só se resolverá no segundo turno. Luiz Antônio que é o candidato de nossa coligação é bem menos conhecido que os demais e nós temos convicção que sua candidatura vai crescer como uma verdadeira oposição popular.

O desafio do coeficiente no Amazonas

Selma Oliveira da Comissão Executiva do Diretório Regional do PCdoB do Amazonas falou à Classe sobre a campanha dos candidatos do partido, Vanessa Grazziotin que disputa uma vaga na Câmara Federal e Eron Bezerra que busca a reeleição à Assembleia Legislativa.

Estamos com várias equipes de pichação para intensificar o volume de campanha. Todos os dias da semana fazemos pichações em muros autorizados nos principais corredores da cidade. Já fizemos em torno de 30 grandes pichações. Com o nome dos nossos candidatos, Vanessa e Eron, além dos majoritários com destaque para Lula presidente. O nosso lema é Para mudar a cara do Brasil.

Estamos pretendendo atin-

gir o eleitor disperso e o retorno tem sido muito bom. Muita gente declara seu voto em Vanessa e no Eron, nas feiras, nos bairros, etc.

Essa atividade é complementada com a amarração do voto. Temos um caderninho que cabe 20 nomes e endereços cada um. Todo militante ou apoiador da campanha anda com seu caderninho a tiracolo. Assim que a pessoa declara o voto o seu nome é anotado. Esses dados depois vão para o computador.

Trabalhamos com as reuniões, agora numa média de duas a três por noite com os candidatos pelos bairros de Manaus. Com isso queremos multiplicar os votos e o número de apoiadores. Pelo nosso cálculo já reunimos umas 6.000 pessoas e assim atingimos 30.000 eleitores indiretamente na base de 1 para 5.

A candidatura da Vanessa está em alta, tem uma grande receptividade. Mas enfrentamos o problema do coeficiente eleitoral, de 90.000 votos no Amazonas. Uma imposição dessa legislação excludente. Para superar essa dificuldade Vanessa multiplicou o número de dobradas que já são 12 na capital e no interior com candidatos da coligação que não são do PCdoB. Até mesmo candidatos que não fazem parte de nossa coligação têm declarado apoio à Vanessa para federal.

Mais de 70% dos eleitores do Amazonas estão concentrados em Manaus. Mesmo assim achamos importante a busca de votos pelo interior. As candidaturas a federal de Pedro Mendes, liderança dos índios ticunas do Alto Solimões, assim como a de Eliézio Moura a estadual no Médio Solimões somam votos e projetam nosso partido como alternativa às oligarquias que dominam pelo interior.

Parlamentares nota dez

Recentemente Eron Bezerra e Vanessa Grazziotin ganharam destaque na imprensa do estado do Amazonas por terem sido os parlamentares mais atuantes da atual legislatura. Foram na Assembleia Legislativa e na Câmara Municipal de Manaus, respectivamente, os campeões em número de matérias e de pronunciamentos na defesa das causas do povo e no combate à corrupção. Esse desempenho parlamentar é que faz a diferença, demonstrando que os candidatos do PCdoB têm condições de representar condignamente seus eleitores.

A campanha de Lia e Ghizoni em Santa Catarina

As campanhas de Lia, candidata a deputada federal e de João Ghizoni a estadual pelo PCdoB em Santa Catarina vêm se ampliando por diversos setores da sociedade. Os principais pontos de apoio estão na Universidade Federal, onde Lia é professora, no setor bancário (Ghizoni é funcionário da Caixa Econômica Federal) e no serviço público municipal de Florianópolis.

Além disso os candidatos comunistas conquistaram a simpatia do movimento negro, através da

UNEGRO, que vem mobilizando grupos de rap e hip hop, bem como da maioria dos dirigentes estudantis.

Lia conta com o apoio de grande número de quadros do PCB, inclusive de seu presidente regional, Amadeu da Luz, além de 95% dos dirigentes do Sindicato dos Condutores da Grande Florianópolis. Como forma criativa de conseguir fundos para a campanha está se organizando um passeio de escuna pelo litoral de Florianópolis.

A onda é votar com qualidade

Após o grandioso lançamento das candidaturas comunistas de Osmar Júnior para deputado federal e Paulo Chagas a deputado estadual que contou com a presença de 7.000 pessoas em Teresina a campanha dos candidatos do PCdoB partiu para ações mais ousadas que têm encontrado boa repercussão.

Tal foi o caso da Caravana do Litoral, que partiu de Teresina rumo à cidade de Parnaíba, onde foi feito



Osmar Júnior fala no ato de Teresina

um arrastão com mais de sessenta militantes, que distribuíram na praia o panfleto "A onda é votar

com qualidade", feito especificamente para este fim.

Outra atividade de destaque foi o lançamento da Proposta de Ação Parlamentar de Osmar Jr., com a presença de técnicos, estudantes e lideranças estudantis e populares.

Essa campanha, e do corpo a corpo direto com o eleitor, em arrastões, panfletagens, nas feiras livres e bairros populares.

Campanha no Rio ganha as ruas



Lindbergh Farias

No Rio de Janeiro o PCdoB concorre com Jandira Feghali e Lindbergh Farias à Câmara Federal. Edmilson Valentin, presidente do partido, é o candidato a deputado estadual.

A campanha pela reeleição de Jandira ganha adesões a cada dia. Depois de reunir expressivas lideranças sindicais e organizar comitês de apoio em várias estatais, conquistou os portuários e lideranças do setor naval. No dia 23 de agosto foi inaugurado o novo comitê da campanha. Animaram a festa, além do grupo Mário Pereira e seus Chorões, o símbolo da bossa nova, Carlos Lira, o gaúcho Cleiton Ramil e o nordestino Geraldinho Azevedo.

Em agosto, Jandira liderou movimento que reuniu entidades do setor naval que entregaram propostas a Lula, apostando em investimentos que garantam a salvação do setor a partir da geração de 250 mil empregos. Dois mil trabalhadores participaram da solenidade realizada no interior do Estaleiro EMAQ.



Jandira Feghali

A candidatura de Lindbergh prioriza a juventude, com atos diários nas portas das escolas e salas de aula. O discurso é em defesa do Brasil livre e soberano, pelo direito do jovem ao emprego, e a defesa da educação. As ações da campanha têm sido marcantes também nas atividades culturais que acontecem na cidade.

A campanha de Edmilson Valentin procura resgatar a ética na política. Sua origem operária contribui para imprimir uma marca classista na campanha e tem facilitado "dobradinhas" com candidatos de origem sindical e popular de outros partidos.

Uma das principais áreas da campanha é a dos metalúrgicos. A campanha nas fábricas acontece diariamente, com ou sem a presença do candidato.

O bônus popular foi a forma encontrada para arrecadar finanças. Nesse esquema, várias pessoas se cotizam e depois trocam os bônus populares pelo bônus oficial do TRE. Também são arrecadadas contribuições de operários nas visitas às fábricas.

Dobradinhas ampliam no Paraná

No Paraná, o PCdoB tem possibilidade real de vitória, com a eleição de Ricardo Gomyde para a Câmara Federal e Nereu Ceni para a Assembléia Legislativa. As candidaturas alcançaram uma grande amplitude e o programa de TV, com seus 85 segundos se destaca dos demais.

Ricardo Gomyde, 24 anos, licenciou-se da diretoria da UNE para ser candidato. Com o slogan "pintou uma nova cara", entusiasma a juventude. A campanha abrange todo o Estado e conta com o apoio do governador Mário Pereira (PMDB). Gomyde faz mais de vinte dobradas e uma delas se

baseia nos metalúrgicos e químicos de Curitiba.

Nereu Ceni é arquiteto e vereador pela segunda vez em Pato Branco, onde foi indicado pela imprensa o político do ano. A marca da candidatura é o projeto 4º Fronteira, proposto por Ceni, que prevê o desenvolvimento integrado da região sudoeste do Paraná. Mesmo concentrando a campanha no Sudoeste, onde tem apoio das camadas médias e empresários, Ceni também tem apoio em todo o Estado, inclusive de operários da cidade industrial de Curitiba, e "dobra" com vários candidatos a federal.

Na boca da urna

Voto branco - É preciso alertar a população de que o voto em branco só favorece os setores conservadores. As pesquisas indicam que, até agora, a maioria dos eleitores ainda não decidiram em quem votar e a tendência é de que essa decisão só aconteça nos últimos quinze dias. Os candidatos do PCdoB precisam se mostrar como alternativa de mudança e canalizar o protesto e a indignação dos que pretendem votar em branco.

Bônus eleitoral - Mesmo com toda a burocracia e as dificuldades em lidar com os bônus, o

PCdoB precisa utilizá-los para garantir as finanças nos estados. Por isso, alguns detalhes são importantes:

1 - É necessário que seja retirado no Conselho Regional de Contabilidade de cada estado, o Manual de Procedimentos Contábeis para as eleições gerais de 1994;

2 - Sempre que houver dúvida, procurar orientação no Escritório Jurídico em Brasília ou na Secretaria Nacional de Finanças;

3 - Manter a direção nacional do partido informada da prestação de contas.

Boas possibilidades no Pará

O PCdoB no Pará lançou quatro candidatos: para federais, Socorro Gomes e Orlando Canuto e, para estaduais, Neuton Miranda e Sandra Batista. Socorro Gomes, que já é deputada federal é hoje uma liderança política de expressão no Estado. Seu nome aparece bem situado em todas as pesquisas eleitorais. Além dos candidatos estaduais do partido faz dobradinhas localizadas com mais cinco estaduais de outros partidos. Conta com o apoio do PCB paraense e de uma série de vereadores do interior, de outros partidos. Na Enasa, empresa estatal de navegação, os funcionários, da diretoria à base, envolvendo o Sindicato da categoria, apoiam Socorro.

A candidatura de Orlando Canuto tem um significado especial. É a afirmação da resistência camponesa contra a violência do latifúndio. Particularmente no interior a receptividade e o potencial são grandes. É uma candidatura em crescimento mas ainda não se tem idéia de suas reais possibilidades devido ao pouco tempo em que foi lançada.



Socorro Gomes

Neuton e Sandra contam com boas possibilidades eleitorais. Com um ano e meio de mandato Neuton tem se destacado no cenário político do Estado, com várias ações parlamentares de vulto, consolidando sua liderança. Seu nome cresceu muito na capital e em importantes municípios do interior. Sandra Batista é conhecida por sua luta pela justiça e contra a impunidade. É bancária da CEF, sindicalista e com expressiva liderança em regiões camponesas.

No primeiro momento da campanha os candidatos per-

correram todas as áreas de atuação buscando montar e ampliar as bases de apoio segundo os respectivos planos de campanha. O partido se concentrou na mobilização da militância em torno de atividades gerais e na divulgação das candidaturas, com colagens e distribuição de materiais. Um dos destaques foram os arrastões realizados nas praias enquanto na orla passava um barco com painéis da "Seleção do PCdoB" e o nome de seus candidatos.

Em agosto começou o corpo a corpo buscando concentrar a campanha em áreas de maior potencial eleitoral. Durante a semana equipes fazem visitas de casa em casa nos bairros e categorias mais importantes. Nos fins de semana, para dar volume à campanha, realiza-se arrastões nas feiras e cercanias do bairro trabalhado, com carro de som, bandeiras e distribuição de materiais, juntando de 30 a 50 militantes.

Na véspera do dia dos pais foi realizada uma passeata no centro comercial de Belém, com batucada, muitas bandeiras e panfletagem.

Comunistas capixabas certos da vitória

Ninguém no PCdoB capixaba tem dúvidas que a meta de eleger um deputado estadual e um federal será alcançada. João Martins vai mesmo para a Assembléia Legislativa e Namy Chequer para a Câmara Federal. Não porque tenha sido criado o ilusório clima do já ganhou, mas por causa do entusiasmo da militância com o crescimento da campanha.

Já com boa experiência de batalhas eleitorais anteriores, os comunistas capixabas trataram, no início do ano, de reunir condições para ousar eleger João Martins e Namy Chequer. A formação do diretório regional, eleito na última conferência, já estava ligada ao projeto eleitoral de 94. Com o Regional reforçado, adequado com quadros de expressão partidária e de massas, contemplando o crescimento do partido na juventude, não foi difícil distribuir o secretariado de acordo com as necessidades das diferentes frentes de luta.

Sempre com o acompanhamento e o aconselhamento do Comitê Central, a lenta montagem das alianças seguiu o mesmo norte: reunir condições para eleger os comunistas.

A campanha se estrutura em cima de comitês, que pos-

suem tarefas muito concretas: expor a propaganda impressa dos candidatos, junto com material de Lula e Vitor Buaiz, governador; preencher fichas com nome e endereço de apoiadores no local do comitê; convidar os apoiadores para se filiarem ao partido; organizar visitas; e não ficar nenhum dia sem campanha ativa.

Vinte e seis cidades onde há estrutura partidária estão ligadas à campanha que, no entanto, prioriza a Grande Vitória. Pesquisas e avaliações indicam que João Martins deve estar entre os sete ou oito deputados estaduais a serem eleitos pela Frente de Unidade Popular, e Namy Chequer entre os dois ou três deputados federais da coligação.

O programa de TV, no qual o partido dispõe de 92 segundos, tem colhido boa aceitação, pela qualidade técnica e pelo conteúdo do dis-



A campanha do PCdoB ganha as ruas

curso comunista.

Um dos maiores problemas da campanha é a falta de recursos, mas a militância se esforça para vender bônus de 100 reais. A campanha dos candidatos do PCdoB desenvolve-se em estreita ligação com a de Vitor Buaiz governador, e os comunistas são beneficiados com o franco favoritismo de Buaiz de quem Namy foi líder na Câmara e com quem mantém importante amizade.

Lutas salariais denunciam o pesadelo do Real

Altamiro Borges



ARQUIVO

“O plano Real vai passar por uma fase crítica de turbulência em setembro decorrente da demanda por reposição salarial”. A opinião do economista Roberto Macedo, ex-assessor do governo Collor de Mello e candidato a deputado dos tucanos paulistas, é compartilhada por vários integrantes da equipe do ministro Rubens Ricupero. Eles temem os efeitos das campanhas salariais de categorias de peso no cenário nacional, entre elas a dos bancários, petroleiros e químicos - que têm data base em setembro.

A próxima safra de campanhas salariais colocará em xeque um quadro de arrocho dramático de arrocho sobre os trabalhadores. Daí o temor dos cabos-eleitorais de Fernando Henrique Cardoso. Mobilizações de categorias poderosas, como a dos 660 mil bancários de todo o país, servirão para desgastar a falsa imagem do candidato das elites. E isto não só em função da denúncia do arrocho provocado pelo plano FHC-2.

Os bancários, por exemplo, lutam também contra outro efeito nefasto dos recentes planos econômicos das classes dominantes - o desemprego. De 1990 para cá, 156 mil trabalhadores em bancos foram demitidos.

Com a introdução do Real, vários conglomerados financeiros aproveitaram para “enxugar” ainda mais as suas máquinas. Já no caso dos petroleiros, categoria de 50.000 trabalhadores, outro eixo da campanha é a luta contra a privatização da Petrobrás - que está na mira do tucano neoliberal e dos seus aliados.

Os químicos e petroquímicos, cuja categoria é composta de 600 mil traba-

lhadores querem a reposição das perdas salariais que variam de 20% a 30% sobre o salário de agosto mais a inflação acumulada até a data-base. Em todos os casos o governo só reconhece perdas após julho de 94.

Além da denúncia, as campanhas de setembro também poderão arranhar as bases econômicas do recente plano - e, conseqüentemente, o candidato governista. Qualquer vitória salarial,

mesmo que limitada, questionará a estabilização burguesa feita às custas dos assalariados. Mostrará que a tal moeda forte só sobrevive com salários fracos. O governo tem consciência desta vulnerabilidade. Tanto que interferiu diretamente no poder judiciário. No final de junho, o ministro Ricupero visitou o TST - Tribunal Superior do Trabalho - em Brasília, para “aconselhar” os juizes a não permitirem qualquer reposição salarial nos próximos meses. Subservientes, estes concordaram com a “trégua” e já concederam efeitos suspensivos contra os reajustes conquistados por condutores de ônibus, metroviários, frentistas e trabalhadores da Sabesp de São Paulo. Como se observa, o arrocho é fundamental para garantir a ilusão passageira do plano FHC-2. Exatamente por isso, as lutas salariais dos bancários, petroleiros e de outras categorias geram tanta preocupação nas elites. No outro extremo, a safra de setembro merece ainda maior atenção das forças mudancistas do Brasil. Ela pode demonstrar que o Real parece sonho, mas é pesadelo - como afirma a campanha nacional da CUT.

lo) estava 16% acima do patamar do quadrimestre novembro/fevereiro utilizado para a conversão dos salários.

c) Em relação à cesta básica, o poder de compra do salário mínimo atual é 14% menor que em 1993. O salário mínimo de R\$ 65 compra apenas 65% da cesta básica, que só inclui produtos de alimentação, limpeza e higiene. (Veja gráfico)

3 O desemprego crônico na Grande São Paulo, em torno de 15% da força de trabalho, cerca de 1.200.000 trabalhadores, foi agravado: no primeiro semestre de 94 foram eliminados 166.000 postos de trabalho, somente em julho a indústria paulista fez 3.900 demissões.

4 No dia 17 de agosto o governo criou uma linha de crédito especial para os bancos, a fim de “irrigar o sistema”, conforme Pedro Malan. Cada banco terá a sua disposição R\$ 10 milhões, por um prazo de 15 dias, renováveis, a juros de 6% ao ano.

5 Estudo do Banco do Brasil mostra que a transferência de recursos do governo para os portadores de títulos federais via juros este ano já atingiu US\$ 8 bilhões.

6 A Fundação Getúlio Vargas registrou de 1 a 10 de agosto uma inflação de 2,96%, medida pelo Índice de Preços ao Consumidor - IPC, contrariando as previsões do governo.

A real do Plano FHC

Após dois meses de lançamento da nova moeda, terceira fase do Plano FHC, aparecem os primeiros sinais revelando a justeza da crítica que os setores progressistas da sociedade brasileira fazem ao Plano como um projeto - mais abrangente e melhor preparado que os anteriores - que visa a inserção submissa do Brasil à nova ordem internacional, que combate a inflação às custas dos trabalhadores e protege os milionários, que garante o pagamento integral das dívidas interna e externa, e pretende aprofundar e acelerar o processo de privatização de empresas estatais estratégicas para o desenvolvimento nacional. Veja os dados:

1 Os salários perderam cerca de 11% de seu poder de compra nos últimos dois meses. Em junho, a URV que corrigia dos salários, subiu 46,6%, mas a inflação medida pela Fipe bateu nos 50,75%. Some-se a isto a perda de julho: salários congelados e inflação de 6,95%.

2 Mais estarecedores são os dados da variação dos preços da comida - na qual a grande maioria dos trabalhadores gasta mais da metade de sua renda - em relação ao custo de vida geral:

a) Na primeira qua-



drissemana de julho a evolução dos preços relativos dos alimentos superou a marca dos 50% e manteve-se elevadíssima nos períodos posteriores (Veja a tabela). Essa alta dos preços dos alimentos afeta muito pouco o orçamento dos ricos que se beneficiam com o barateamento de bens de consumo duráveis.

b) A cesta básica de meados de agosto (R\$ 99,66 dia 17 em São Pau-

AUMENTOS DO CUSTO DA ALIMENTAÇÃO

Períodos	Aliment.	IPC	Disparidade
Setembro 93, 1 quadris.	37,6	33,9	10,9
Janeiro 94, 1 quadris.	46,5	40,4	15,2
Março 94, 3 quadris.	48,1	41,3	16,5
Julho 94, 1 quadris.	52,8	45,8	16,1
Julho 94, 2 quadris.	51,5	45,8	13,3
Julho 94, 3 quadris.	8,5	6,4	33,7

Fonte: Índice de Preços ao Consumidor (Custo de Vida) Fipe-USP

Editoria de Arte/Fotografia Imagem