

## **Rousseff ganaría en primera vuelta**

**La Nación, Buenos Aires**

Agosto de 2010

La carrera electoral brasileña ingresó ayer en la etapa de definiciones con el lanzamiento de la propaganda de los candidatos en radio y televisión. Sin embargo, las encuestas empiezan a restarle dramatismo y posibilidades de sorpresa a la contienda, al marcar que la oficialista Dilma Rousseff continúa ampliando su ventaja y ya estaría a un paso de ganar en primera vuelta, el 3 de octubre, con lo que se convertiría en la primera presidenta de Brasil.

Según el último sondeo de la firma Ibope, la candidata del Partido de los Trabajadores (PT), elegida por el presidente Luiz Inacio Lula da Silva como su "heredera", cuenta hoy con el 43% de las intenciones de voto, frente al 32% de José Serra, del Partido de la Social Democracia Brasileira (PSDB), y el 8% de Marina Silva, del Partido Verde (PV). Los votos en blanco o nulos sumarían 7% y los indecisos, 9%. Según otra encuesta divulgada ayer, realizada por la consultora Vox Populi, Rousseff alcanza el 45% de las intenciones de voto y tiene 16 puntos de ventaja frente a Serra, que apenas llega al 29%.

"En ese escenario, si consideramos sólo los votos válidos, como prevé la ley, Dilma alcanzaría el 51% de los sufragios y podría hoy ganar en el primer turno. Tendría que cometer un grave error, o «pisar el tomate», como decimos aquí, para que esa tendencia cambie", destacó a LA NACION el analista David Fleischer, profesor de Ciencias Políticas de la Universidad de Brasilia.

De todas maneras, la propaganda política ya invadió el ambiente. Por la costanera de la playa de Ipanema, voluntarios pedalean con carritos y bicicletas llevando grandes carteles de Rousseff, ex jefa de Gabinete de Lula, y de Serra, ex gobernador del estado de San Pablo.

Y en las radios y televisores, los nueve candidatos presidenciales -más allá de los tres principales, el resto tiene menos del 1% de intención de voto- aparecen para presentar sus propuestas en medio de los horarios de mayor audiencia: los de las telenovelas y los noticieros.

Como era de esperar, quien dio la señal de largada fue el propio presidente Lula, que intenta que sus altos niveles de popularidad (78%) se traduzcan en votos para Rousseff, que también fue ministra de Minas y Energía del mandatario.

Con música campesina de fondo y un jingle que dice "mi pueblo ganó una madre, que tiene un corazón que va desde Oiapoque hasta el Chui", Lula llama a los brasileños a elegir a la primera presidenta mujer del país, tratando de suavizar la imagen de "dama de hierro" que tiene su aliada, que nunca ocupó un cargo electivo.

"Gran parte del éxito del gobierno pasa por la capacidad de coordinación de Dilma. Creo que no hay nadie más preparado en Brasil que Dilma", afirma el presidente en su mensaje, en el que le da gran crédito por sus programas sociales más exitosos, como Bolsa Familia o Mi Casa, Mi Vida, y Luz para Todos, y apela al optimismo que ha plantado en el país su gobierno.

En otros anuncios, Rousseff repasa su currículum y menciona que de joven tomó las armas contra la dictadura para luchar por la justicia y que fue encarcelada por el régimen militar. "Nadie hace cosas si no pone pasión", declaró la candidata de Lula, que dedicó parte de su primer comercial televisivo a explicar su pasado guerrillero y evitar así que este tema le juegue una mala pasada más adelante, principalmente entre el electorado de clase media.

En otro tramo del anuncio, junto a su hija Paula, Rousseff rescata sus férreos valores familiares y les pide a las amas de casa que voten por ella. "Brasil está listo para elegir a su primera mujer presidenta", afirma.

También en un tono popular -esta vez, con fondo de samba-, Serra se presenta en sus spots en medio de una favela, compartiendo una parrillada con obreros, o al lado de discapacitados, para hacer alarde de sus orígenes humildes y defender sus logros cuando fue ministro de Salud -en el segundo gobierno de Fernando Henrique Cardoso (1998-2002)- e implementó un exitoso programa contra el sida y de distribución de medicamentos.

"Cuando Lula da Silva salga, Zé [el diminutivo con que se conoce familiarmente a los José aquí] va a entrar", corea el jingle de Serra, que busca presentarlo como un hombre simple, del pueblo.

"Hay que notar cómo todas las campañas giran en torno a Lula, mientras que Serra prefiere omitir nombrar a Cardoso, ya que los informes internos del PSDB indican que sería contraproducente", apuntó el analista Fleischer.

### **Apatía electoral**

A pesar del sentimentalismo y la melancolía que los partidos quieren inyectarle a este tramo electoral, a la empleada doméstica Iara Silva, de 40 años, los únicos dramas que le interesan son los de Bete y Totó, los protagonistas de Passione, la nueva telenovela sensación de Rede Globo.

"Ya no quiero que me interrumpan la novela con avisos políticos", se quejó a LA NACION Silva, que vive en el Morro Estacio, en el centro de Río, y todos los días va a limpiar casas a Ipanema y Leblon, en la acaudalada zona sur. "Yo y la mayoría, creo, queremos continuidad en las políticas de Lula, y eso es lo que nos ofrece Dilma. Si ella asume el poder, sé que pronto me podré comprar un nuevo televisor. Con Serra, ¿quién sabe qué sucederá?", agregó.

En tanto, en Internet, un grupo de jóvenes de clase media y alta de Minas Gerais, que se definen como la fuerza de choque del PSDB y se hacen llamar "La Pandilla del Sombrero", por sus icónicos sombreros panameños, producen videos y cruzan ataques en Twitter con los seguidores de Rousseff.

Sin embargo, a pesar de sus fuertes recursos, en Internet no hay nadie que pueda con el "Dilmaboy", un adolescente que canta una pegadiza versión política del tema de Lady Gaga "Telephone" en la que asegura: "Sorry, Serra, ella es la nueva Evita Perón".