

Nova tática é eleger alvos

Eleger inimigos e partir para o ataque. Esses serão os primeiros passos do presidente para mudar seu estilo de governar.

“Os inimigos deverão ser todos os que forem contra o real e a estabilidade. Não serão inimigos do governo e sim da moeda estável”, adianta um dos assessores empenhados em cuidar do novo marketing presidencial.

Fernando Henrique, no entanto, padece, segundo o assessor, de uma qualidade que pode prejudicar o sucesso da tática.

“O presidente não é populista. Não é como Brizola, de quem todo mundo sabe os nomes dos inimigos”, diz.

Para contornar essa dificuldade, a equipe do presidente já fez uma lista dos melhores alvos. Entre eles, estarão os banqueiros, especuladores e a turma da CUT, aquela que, segundo Fernando Henrique, “é a derrotada de sempre”.

Depois de vasculhar livros e teorias sobre comunicação governamental, os assessores do presidente têm nas mãos a fórmula da mudança de imagem do presidente: “É preciso jogar adrenalina na sociedade. Isso se faz escolhendo os adversários”.

Congresso — Outro passo importante para o presidente resgatar a tal sintonia com as ruas será a neutralização dos atritos com o Congresso.

“A única coisa que o parlamentar teme é o apoio popular. Se o presidente tem a sociedade ao seu lado, ganha o Congresso”, explica outro assessor, também envolvido nessa nova fase palaciana.

As teorias palacianas também já tem a solução para romper o tradicional prestígio da CUT e do PT nas ruas.

“O ser humano não nasceu para fazer passeata todo dia e sim para tomar sopa e trabalhar. O discurso do presidente tem que garantir o direito a estabilidade. Assim ele renovará sempre o papel de guardião do real”, teoriza.

E logo completa, sem se intimidar com a qualidade dos exemplos: “Foi assim que Fujimori e Menem conseguiram chegar onde chegaram”. (ABM)