

# Candidato dá preferência para amarelo e vermelho

Uma trama de bastidores, articulada pelo assessor jurídico da Frente Comunidade Eri Varela, fuzilou de vez a cor verde-limão da campanha do candidato ao GDF, Joaquim Roriz (PTR). Ontem, depois de avanços e muito recuos os partidos da coligação (16 ao todo) optaram pelo amarelo e vermelho como sendo cores definitivas dos candidatos. O slogan "Volta Roriz" também tombou feio e no lugar deverá ser anunciado um outro, já que o sugerido "Quem mais entende de Brasília. Roriz", também foi rejeitado pelos coordenadores da campanha, pois a marca é cópia fiel usada pelo empresário e candidato a Deputado Federal do PRN, Paulo Octávio em seus empreendimentos, conforme os assessores.

Lançado em grande estilo na terça-feira última, no Torre Palace Hotel, pelo coordenador geral de propaganda Haroldo Meira, diretor licenciado da MPM, o verde-limão teve vida curta. Criticado pela maioria dos líderes dos 16 partidos da coligação Frente Comunidade, que dão suporte a candidatura de Roriz, menos de 24 horas depois Eri Varela ressuscitou o amarelo e vermelho, cujas cores agradou a todos, principalmente ao ex-governador.

O enredo foi simples e o desfecho já era de conhecimento prévio de quase todos os partidos da Frente. Ao ver lançado na terça-feira a cor verde, Varela articulou, enquanto anunciava pela imprensa que entregaria a Roriz o cargo de assessor jurídico, com a empresa de publicidade EMP (Empresa de Marketing & Propa-

ganda Ltda,) de São Paulo, através do diretor Edinir Mendes Pieratti, que surgiu como uma espécie de vendedor ambulante de marketing.

Na reunião convocada para as 9h30 de ontem no Torre Palace Hotel, o candidato Joaquim Roriz, acatando sugestão de Varela, pediu a formação de uma comissão de propaganda para definir as cores e o slogan. Dez líderes de partidos fizeram uso da palavra. Coube, de propósito, ao PTR fazer a explanação final. Para surpresa de uns e sorrisos de muitos, surgiu Edinir Mendes com cartazes prontos (fundo amarelo e gráfia em vermelho, camisetas, adesivos prontos com a propaganda de Roriz. Num cartaz havia "Projeto Brasília. A melhor cidade do Mundo", seguido de uma foto do candidato e no pé escrito: Roriz! Quem mais entende de Brasília.

"Nós curvaremos diante da decisão da maioria", disse antecipadamente Roriz. A decisão havia sido tomada na véspera, durante as articulações de Varela com os partidos que deram o sim ao novo padrão. Todo esquema montado na terça-feira pelo publicitário Haroldo Meira, foi por água abaixo e o resultado foi 9 a 1 para as novas cores e slogan. Enquanto Roriz e assessores almoçavam no Torre, os líderes partidários ratificavam a aprovação. Depois, ao chegar no auditório do 13º andar, Roriz viu a sala repleta de cartazes e rodeado pelos candidatos começou a analisar. "Não gostei da exclamação" (Roriz!).