

# Fim da caça<sup>9</sup> aos votos é barulhento

No último dia de campanha oficial valeu de tudo para conquistar o eleitorado brasileiro — os candidatos não mediram esforços e tampouco criatividade para arregimentar votos. Os centros comerciais e os locais de maior movimento no DF ontem foram transformados em palco para disputas de bandeiras, “santinhos”, discursos, discussões e carros de som. Para chamar a atenção do eleitorado indeciso apareceu até um “leão” cor-de-rosa, com direito à saia de tule e artista anônimo. A concorrência acirrada confundiu inclusive os cabos eleitorais mais entusiasmados.

A corrida atrás dos votos esquentou a sexta-feira, principalmente no Plano Piloto — o alvo foi a Rodoviária, o Conjunto Nacional e o Conic. Enquanto os cabos eleitorais devidamente vestidos com as camisas dos seus candidatos e munidos de bandeiras e panfletos tentavam ganhar a confiança de quem passava pela Rodoviária, os carros de som de adversários guerreavam entre si. O barulho insurdecedor tinha efeito contrário no eleitorado. “Para mim propaganda não faz a cabeça e nem convence”, bradou a dona-de-casa, Maria Oliveira. A dona-de-casa ainda completou: “Tudo isso me irrita!”

**Estratégias** — Mas avessos à irritação e a ausência do carisma que as propagandas possam exercer, os cabos eleitorais se desdobravam em esforços para convencer os indecisos. Um artista, que não quis se identificar, fazia disfarçado campanha para a candidata à deputada distrital Moema Leão (PV). O cabo eleitoral chamava a atenção vestido de leão.