

A hora e a vez dos marqueteiros

Cifras milionárias cobradas pelas empresas que fazem o *marketing* dos candidatos deixam claro que eleições não são para qualquer um

Uma vaga na Câmara dos Deputados, por exemplo, pode sair por R\$ 1,6 milhão. Ao Buriti, chega a R\$ 20 mil mensais

MALU MATTOS

Os capítulos preliminares da eleição de três de outubro não deixam dúvidas: a disputa exigirá altas cifras daqueles que aceitarem participar. Só para se ter uma idéia, uma vaga na Câmara dos Deputados deve custar a um candidato nada menos que R\$ 1,6 milhão, conforme orçamento já encomendado por um político interessado no cargo. E quanto será o valor a ser desembolsado pelos que anseiam ocupar o gabinete de governador do Distrito Federal no dia 1º de janeiro de 1999?

No caso do deputado, o maquiavélico *marketing* político consome quase um terço do valor total orçado, ou seja, R\$ 456 mil. À agência, responsável por toda estratégia e criação, competem míseros R\$ 10 mil. Uma projeção desses valores deixa claro, portanto, que a conquista do Buriti vai exigir muito,

mas muito dinheiro. Especialistas marquetológicos garantem: o profissional de *marketing* que aceitar assumir uma das quatro campanhas que se anunciam na disputa do GDF terá entre R\$ 8 mil e R\$ 20 mil mensais depositados na sua conta bancária.

Sondagens e negociações. Apenas um nome foi oficialmente confirmado. O deputado Luiz Estevão garantiu publicamente que a Duda Mendonça Representações deve ter como clientes alguns políticos do PMDB na eleição deste ano. O ex-governador Joaquim Roriz, portanto, deve entrar na campanha sob a consultoria baiana, que se envolverá em níveis diferentes em cada estado onde atuar. No último final de semana, o marqueteiro circulou entre as elocubrações peemedebistas, na convenção nacional do partido.

