

Os insignificantes

Diariamente desfila pelo video uma média, por programa, de 70 candidatos, ou seja, um terço dos 252 brasilienses que disputam três vagas no Senado e oito na Câmara. Destes, alguns ocupam o espaço que merecem, ou seja, a insignificância. Terão votos de seus familiares e vizinhos, e olhe lá.

Isto acontece, dirão alguns, porque o PMDB, PFL e PDS dispõem de maior espaço na TV e podem trabalhar, calmamente, a imagem de seus candidatos. Esta reclamação só será procedente se vier do PT e PDT, partidos que têm feito tudo para aproveitar, da melhor forma possível, seus respectivos um e seis minutos. Outros pequenos partidos desperdiçam seus poucos segundos jogando conversa fora. Não tem a menor idéia do que seja síntese ou a força da linguagem telegráfica. Como um candidato que só dispõe de 30 segundos pode desperdiçá-los dizendo: Meu nome é fulano de tal e meu número é tal, tal, tal. Se soubesse das mínimas regras de comunicação, diria: Fulano de tal, xyz, acrescentando um slogan forte e criativo, com três ou quatro palavras. Se assim agisse, ao invés de insignificante e olvidável, o candidato marcaria sua passagem pela TV com síntese e criatividade.

O PMN (Partido Municipalista Nacional), por exemplo, resolveu reinstaurar a Lei Falcão. Em poucos segundos, anuncia nome e número de seus inúmeros candidatos: Léa Sayão, José Bonifácio, Jair Rocha, Dagoberto Oliveira, Benon Peixoto, Francisco Mattos, Juarez Fernandes, Amaury Canuto, Antônio Jardim, Ivan Kojak, Lourival Lopes, Gregório Victor e Edmar. Por que, ao invés de desfilarem diariamente esta cantilena, o Partido não entrega seu tempo a um dos candidatos, para que ele passe uma mensagem aos eleitores? Monotonia não combina com o dinamismo exigido pelo telespectador brasileiro, que tem uma das melhores TVs comerciais do mundo.

Como a turma do PMN, que usa seu pequeno espaço nos mesmos moldes em que teria que fazê-lo, se existisse no tempo da Lei Falcão, outros candidatos, até de siglas mais conhecidas, caem na vala dos "insignificantes", porque usam mal, muito mal seus reduzidos segundos. São incapazes de inventar um texto novo, abordar uma questão instigante, sacudir a pasmaceira de um estúdio, onde o dito candidato se posta como se fosse Cid Moreira ou Sérgio Chapellin. Não, e o telespectador-eleitor percebe.