

Olá, Cidadão A mídia eletrônica e os candidatos

José Antônio Severo

O poder da televisão nas campanhas políticas é um dos temas mais caros a sociólogos, comunicólogos e toda a linha de profissionais que navegam por esta nova disciplina assim chamada marketing político. Neste particular, neste ano o Brasil oferecerá a teóricos e analistas um caminho de insumos para estudos e teses. Pois em nenhum outro país do mundo a mídia eletrônica tem uma posição tão peculiar.



A premissa é que nenhum outro lugar desta Terra possui tanta influência da televisão sem uma contrapartida equivalente de solidez das instituições políticas. PMDB, PFL ou PDS, herdeiros dos sistemas partidários de 1946, não têm a tradição e a densidade dos grandes partidos norte-americanos e europeus, onde a televisão possui uma capacitação técnica, artística e abrangência equivalentes às grandes redes brasileiras. Lá, quando a televisão chegou, a política já tinha instituições. A TV apenas somou-se como mais um canal para o proselitismo e, com seu avanço, transformou-se no principal.

No Brasil, o fenômeno da crescente consolidação do governador de Alagoas, Fernando Collor de Mello, pode sugerir que se tenha alguma coisa nova para se registrar na área do marketing político. Ele se lançou como um produto a fi-

zar sua marca: "o inimigo dos marajás". A crescente deterioração dos serviços públicos, as suspeitas de corrupção e todo o efeito do denunciamento da mídia somados à crescente irritação da população com o tumulto que esses efeitos provocam em seu cotidiano, firmou uma idéia-força, a imagem do paladino do cidadão.

A definição do quadro político-eleitoral vai pulverizar essa supremacia montada em bases tão frágeis, dizem os profissionais e os cientistas da política. Entretanto esta é apenas uma teoria a ser comprovada. O exemplo brasileiro não contém a totalidade dos ingredientes que se observa em outros países. É preciso observar qual será a carreira desse projeto do governador Collor de Mello ao longo dos próximos meses. É possível que ele ganhe consistência política e se equipare aos demais candidatos. Um indício de que essa hipótese é viável foi o seu formidável crescimento no bojo dos efeitos ruinosos das últimas greves de empresas financeiras estatais e dos serviços públicos no último mês em todo o território nacional.

No entanto, a maior possibilidade é que suas alianças não se consagrem antes que a televisão convença os derradeiros descrentes. Se a TV impuser um candidato sem partido e sem alianças, vindo de um pequeno e remoto estado do Norte (pois o outro fenômeno, Jânio Quadros, teve carreira política em São Paulo), terá ampliado o seu horizonte.

José Antônio Severo é diretor deste jornal.