



Ivaldo Cavalcante/Correio Brasileiro

Collor, nos ombros de correligionários, ao chegar a Brasília: prova de popularidade

Ausência da TV preocupa Collor

A longa ausência de Fernando Collor de Mello da televisão — do dia 18, quando deverá ocupar novamente o horário nobre, “a convite” do Partido Social Cristão (PSC), ao início da propaganda eleitoral gratuita, em 13 de setembro — foi um dos assuntos discutidos ontem pelo próprio candidato do PRN com seus assessores.

Essa é a preocupação mais constante de Collor: como sobreviver no topo dos índices das pesquisas de opinião nos meses de junho, julho, agosto e início de setembro — nos quais sua candidatura será mais fustigada — sem o socorro dos horários na televisão. O horário do PSC, que lhe pode ser vedado, é a última chance de Collor, segundo seus assessores, antes de cair em igualdade de condições com os outros candidatos. A assessoria de Collor atribui a súbita popularidade do candidato exatamente às duas oportunidades que teve de aparecer na televisão — tão popular que, anteontem, no aeroporto de Brasília, ele chegou a ser carregado nos ombros de correligionários.

A ascensão de Collor foi operação quase científica. Em dezembro, a empresa que realiza suas pesquisas — a Vox Populi, de Belo Horizonte — constatou que ele tinha a preferência de apenas 4% do eleitorado e baixo índice de rejeição. O dado que mais chamava atenção, po-

rém, era o fato de ser praticamente desconhecido do eleitorado. Bastava colocá-lo em evidência — o que só a TV poderia dar.

“Se ele era bem avaliado pelas pessoas que o conheciam, seria também pelo restante. Precisava apenas ser mais conhecido. Nosso trabalho foi apenas preparar um bom palanque de mídia eletrônica”, diz o publicitário Almir Rodrigues Sales, diretor-presidente da Setembro, agência que prepara os roteiros dos programas.

Desde outubro do ano passado Collor vem discutindo o amparo na informática, que, junto com a pesquisa e a publicidade, é base de sua campanha. Depois que as pesquisas da Vox Populi indicaram o perfil do candidato preferido dos eleitores — “descompromissado com a política tradicional” — e seu baixo índice de rejeição, ganhou velocidade o programa de informática entregue à Cap-Software, empresa brasileira dirigida por um ex-militante do PC do B, Álvaro Lins.

A informática promete lhe oferecer o combustível, para sua ausência da TV. Com o apertar de um botão ele pode verificar, por exemplo, que o candidato do PDT, Leonel Brizola, sente certo incômodo com temas como aborto ou mulher, em todos os seus discursos ou entrevistas.

O mesmo serviço de informática montou o programa Brasil Novo. São 12 ramais telefônicos que funcionam dia e noite registrando adesões de eleitores, vereadores, deputados estaduais e prefeitos, hoje em torno de dois mil. É através dele que Collor pretende ramificar sua candidatura nestes meses. Vai começar pela distribuição de cartilhas — estratégia didática com tópicos dos seus discursos e poucas promessas. “O nosso melhor caminho é ensinar as pessoas a fazer a campanha. É mais convincente que sair por aí distribuindo publicidade”, afirma Sales.

ESFORÇO PELA UNIÃO

A governadora em exercício de Minas, Júnia Marise, tentou ontem, em Belo Horizonte, obter uma declaração de todos os deputados federais do PMDB mineiro, em apoio à candidatura de Ulysses Guimarães à Presidência da República. Júnia e dirigentes peemedebistas no Estado temem uma grande debandada de peemedebistas para o PRN, seguindo o caminho aberto por Itamar Franco. A governadora em exercício só conseguiu reunir 11 dos 25 deputados da bancada federal, e unanimidade por Ulysses não houve. Dois deles, aliás — Leopoldo Bessone e José Ulisses —, estão abertamente comprometidos com Fernando Collor de Mello.