

Em torno do "marketing"

Na indisfarçável preocupação entre os políticos com a ascensão de Fernando Collor de Mello à liderança nas pesquisas de opinião pública como candidato a presidente da República. Discute-se, em todas as rodas de políticos, como no País inteiro, se o ex-governador de Alagoas terá condições de sustentar essa liderança até a eleição de 15 de novembro próximo ou se entrará em processo de esvaziamento, como se verificou com outros candidatos em outros pleitos.

24 MAI 1990
O ex-deputado Jarbas Vasconcelos, uma das mais importantes lideranças do PMDB de Pernambuco, argumenta que, pela lógica, um candidato em eleição majoritária não pode atingir o pico, em matéria de popularidade, três ou quatro meses antes do pleito. E não deve chegar ao auge faltando de noventa a cem dias para as eleições porque ficará como alvo solitário de todos os adversários e do próprio acaso.

Não dissemos aqui que uma bem conduzida obra de **marketing** político-eleitoral seria responsável pela decadência de Leonel Brazola e Luiz Inácio da Silva nas pesquisas de opinião pública. O que afirmamos é que esse trabalho de **marketing** político beneficiou diretamente um político desconhecido, Fernando Collor.

Essa é uma opinião generalizada no Congresso, entre políticos experientes, que entendem de eleição. Que os políticos brasileiros estão desmoralizados, na imagem

pública, não há dúvida. E muitos deles são responsáveis pela deterioração da imagem moral da corporação. Mas só isso não explicaria a ascensão de Collor, que comandou administrações mediócras na prefeitura de Maceió e no goerno de Alagoas.

Antes disso, foi deputado federal de apalpada atuação. Não pode ser o símbolo do antipolítico que é filho do ex-senador Arnon de Mello, chefe de uma das maiores oligarquias em Alagoas. Fernando Collor projetou-se nacionalmente, através de sistemático noticiário de uma rede nacional de televisão — a TV Globo —, como o governador "que teve coragem de combater os marajás da administração pública".

O combate não chegou a bom termo, até porque os marajás alagoanos continuam percebendo seus polpudos salários. E combater os marajás em Alagoas e no resto do Brasil é uma obrigação. Os grandes problemas brasileiros têm raízes mais profundas. Não se conhece ainda a mensagem de Collor de Mello como candidato a presidente da República para que se possa cotejá-la com as dos seus concorrentes.

Seis meses aproximadamente nos separaram das eleições de novembro deste ano. A partir do dia 15 de agosto, terá início a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, quando os candidatos se apresentarão ao povo. Ao contrário do que pensam os menos avisados há **marketing** e este produz resultados no país da novela.