

Garoto-propaganda quer Presidência da República

04 JUNI 1989

Eleições Presidenciais

Por uma dessas distorções do entendimento da coisa pública, fruto, a um tempo, do modismo e do oportunismo, cada vez mais nossos profissionais da política procuram tratá-la como uma simples questão de *marketing*. Deliberadamente, aliás, usa-se a expressão sempre no original inglês, pois na tradução correta — mercadologia — exibiria melhor, sem disfarces, o que de fato é: algo do comércio, do mercado, dos consumidores, e não da coisa pública, da cidadania, da *polis*. E não é que inventaram essa esquisitíssima "especialização" designada por *marketing político*?

Por isso é que os candidatos de hoje parecem muito mais interessados em buscar estrategistas publicitários do que políticos. Procuram *slogans*, logotipos, *jingles*, muito mais do que programas, projetos, propostas, para a conquista do eleitorado, como se escolher um determinado chefe de governo equivallesse a optar por uma determinada marca de sabonete.

Foi dentro dessa deturpada mentalidade que um presidencial — Paulo Maluf, candidato a

presidente da República pelo PDS — chegou à deprimente e humilhante condição de simples garoto-propaganda de sapatos. Se se tratasse de uma campanha institucional, em favor de uma grande causa de interesse público, a atitude do presidencial seria até louvável, embora assim mesmo esbarrasse em restrições da legislação eleitoral. Ocorre, no entanto, que a intenção da publicidade de calçado, da qual Maluf participa, é evidentemente folclórica, haja vista seus "colegas", que fazem o mesmo papel, que são o bicheiro Toni Carrado — personagem da novela "Mandala" — e Vicente Mateus, personagem (real) de novelas bem conhecidas.

Eis mais uma ilustração — lamentabilíssima ilustração, convenhamos — da falta de seriedade com que os políticos profissionais estão encarando a disputa eleitoral, mecanismo insubstituível de institucionalização do Poder e escolha de governos, nas democracias civilizadas. Julgam tais políticos que vale *aparecer* a qualquer custo, principalmente nos veículos de comunicação eletrônica de massa, com enormes audiências.

Essa propaganda de Paulo Maluf, a propósito, é para ser veiculada durante o programa de maior audiência da televisão brasileira — o *Jornal Nacional* da Rede Globo.

Será que os assessores de *marketing* que cuidam da "imagem" do presidencial pedessista julgam que os sapatos calçados e mostrados por Maluf no vídeo ajudam o eleitorado brasileiro a conhecer melhor as qualidades que o habilitam à Presidência da República? Ou será que os publicitários estão apostando no fato de que os consumidores preferirão a marca de sapatos que usa — sinceramente, claro! — o candidato a presidente da República? Não dá para entender ao certo a intenção de cada parte, na produção e veiculação do anúncio em tela. Mas há que se indagar: afinal de contas, o que é mais importante, no caso: governar o País ou vender sapatos? Eis a questão.

Mas é possível que os assessores de *marketing* de Paulo Maluf estejam muito enganados em pensar que *aparecer* a qualquer custo sempre vale. As grandes estrelas da música popular sabem muito bem que a aparição excessiva na

televisão pode desgastar demais a imagem, tanto que preferem fazer programas periódicos, às vezes somente anuais. Além disso, os artistas que fazem publicidade procuram tomar cuidado para não ficar com suas imagens definitivamente vinculadas a um produto — e só a ele. O que poderá ocorrer com Paulo Maluf, quando sua propaganda de sapatos já tiver sido veiculada maciçamente, e vista por fantásticas audiências? Será que alguém se lembrará de associar sua figura a um ex-prefeito, ex-secretário de Estado, ex-governador, ex-deputado federal, ex-candidato à Presidência da República, enfim, a funções diferentes de simples manequins de calçados?

Bem, considerando-se que o sr. Paulo Maluf nunca foi um ingênuo da política, talvez esteja ele pretendendo exatamente isso, ou seja, um desvinculamento completo de sua imagem com seu passado político, achando que, reiniciando sua carreira pública como garoto-propaganda, possa conseguir mais vitórias eleitorais do que anteriormente...