

Adesivos dão vantagem a Collor

Plásticos em automóveis mostram preferência pelo ex-governador de Alagoas

Helton Ribeiro

Na batalha dos adesivos grudados nos carros que trafegam pelas ruas do Rio também só dá Fernando Collor de Melo na cabeça, como pode ser comprovado nas ruas, nos estacionamentos de supermercados e shopping centers e nos postos de gasolina. Pesquisa do **JORNAL DO BRASIL**, entre 200 automóveis com adesivos de candidatos nos vidros, constatou que Collor está disparando: 150 (ou seja, 75%) dos carros traziam o nome de Collor nos vidros. Lula e Leonel Brizola disputam o segundo lugar com apenas 22 (11%) e 21 (10,5%) plásticos, respectivamente.

O fato de ser campeão dos adesivos não confere, naturalmente, ao ex-governador de Alagoas nenhuma certeza de que esta preferência será traduzida em votos da maioria dos 3,5 milhões de eleitores do Grande Rio na eleição de 15 de novembro próximo. Aliás, há exemplos recentes de vencedores da batalha dos adesivos — como o movimento pela emancipação da Barra da Tijuca — que foram nocauteados pelas urnas. Além disso, deve-se levar em conta que a eleição ainda está longe e que

Resultado da pesquisa

Zonas	Collor	Lula	Brizola	Freire	Afif	Covas	Total
Centro	22	4	4	3	-	1	34
Sul	52	13	9	1	1	-	76
Norte	44	3	4	-	1	-	52
Oeste	32	2	4	-	-	-	38
Total	150	22	21	4	2	1	200

muita água deve rolar até lá. Mas, de qualquer forma, o fato de o candidato do Partido da Renovação Nacional (PRN) ter tantos adesivos em carros no Rio mostra, no mínimo, que sua candidatura sensibiliza corações e mentes de boa parte da classe média carioca.

Collor de Melo surpreende ao manter a

dianeira mesmo em antigos redutos brizolistas, como a Zona Oeste, onde 32 dos 38 carros observados tinham adesivos do ex-governador de Alagoas. Brizola emparelha com Lula no Centro e o ultrapassa nas zonas Norte e Oeste, mas fica para trás na Zona Sul. O deputado Roberto Freire (PCB), o empresário Afif Do-

mingos (PL) e o senador Mário Covas (PSDB) mal conseguiram dar a partida em suas candidaturas, a julgar pelos 2%, 1% e 0,5% dos carros, respectivamente, que exibem seus nomes.

Afixar um adesivo no carro é uma das formas mais simples de se demonstrar apoio e divulgar o nome de um candidato. E não deixa de significar adesão mais firme que a simples declaração verbal da intenção de voto. Esse é um dos inconvenientes das tradicionais pesquisas de opinião, além da natural indefinição do eleitorado e das próprias candidaturas, que ainda não foram homologadas pelos partidos.

No entanto, a profusão de materiais de propaganda como faixas, outdoors e camisetas, além de adesivos, muitas vezes demonstra mais o poder financeiro do candidato do que real apoio popular. No Rio, o PT e o PCB são os únicos partidos que vendem plásticos de seus candidatos. O de Freire, *Na próxima, entre à esquerda*, custa NCz\$ 3, enquanto *Lula Brasil* sai por NCz\$ 1. O PMDB e o PFL aguardam material de seus diretórios nacionais e o PDT e o PSDB estão sem estoque. Brizolistas e tuanos distribuem de graça seus adesivos, assim como o PL e o PRN.

Fotos de Adriana Lorete



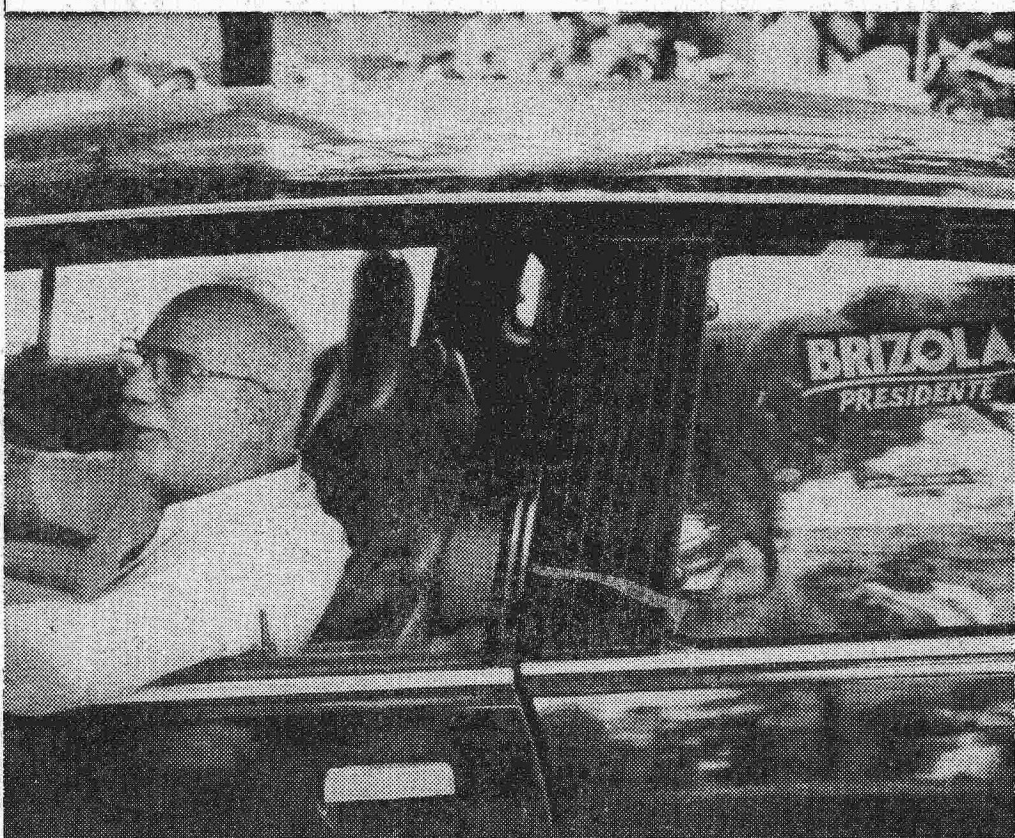
Nicodemos Luiz de Oliveira, 30 anos, motorista de táxi, teve muito trabalho para aderir à campanha de Fernando Collor de Melo. "Foi difícil conseguir o adesivo. Depois de procurar muito, acabei pedindo ao motorista de um Chevette, na Rua México (Centro), há uns 15 dias. Ele me deu o que estava no carro, porque tinha mais em casa", conta. Ago-

ra é ele quem recebe constantes pedidos e já pensa até em produzir adesivos para vender aos colegas do ponto de táxi ao lado do edifício-garagem Menezes Cortes, no Centro. Orgulhoso, Nicodemos diz que os passageiros se empolgam com o adesivo afixado no pára-brisa traseiro de seu Gol: *A maioria está com o Collor*.



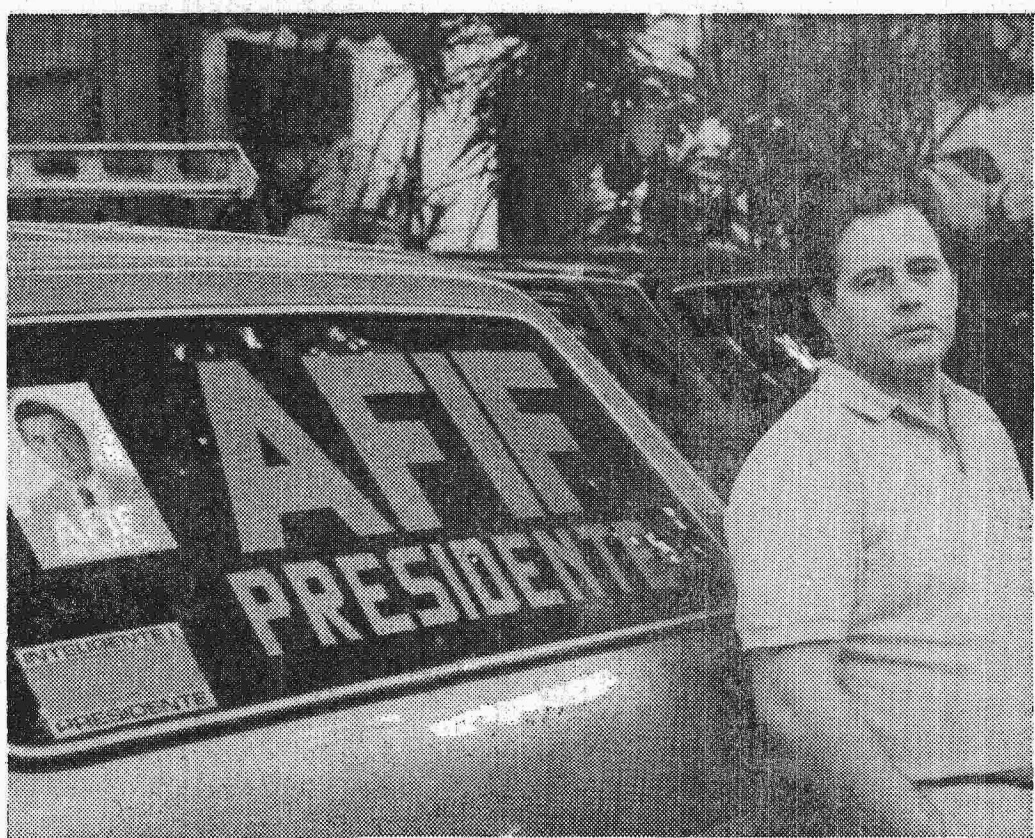
Alberto Silva, 51 anos, sua mulher, **Maria José**, 51, e a filha **Lourdes**, 29, levam no vidro de seu Fusca a paixão pelo PT. Em casa, eles têm cinco votos para Lula e, entre os parentes, Alberto calcula em 80% os que vão acompanhá-los. "Mas sempre tem uns burgueses que votam naquele perigoso ali", brinca, apontando para um adesivo de Collor em outro carro.

"Lula é o candidato do trabalhador, que constrói e vai fazer crescer o Brasil", afirma Maria José, sergipana, fundadora do PT em São João de Meriti (Baixada Fluminense), enfatizando que vota nele por ser o candidato do PT. E o marido acrescenta: "A mudança é para 20 anos, estamos plantando para nossos netos".



Wolmar Castilhos, 52, funcionário público, gaúcho, acompanha Leonel Brizola desde que ele foi prefeito de Porto Alegre e governador do Rio Grande do Sul. Morando no Rio há sete anos, Castilhos votou em Brizola para o governo, em 1982, e nos candidatos do PDT nas eleições seguintes. "Minha aspiração agora

é ajudar a elegê-lo presidente, um cargo para o qual nunca votei", diz. Como resultado de tantas campanhas, ele manteve o hábito de conservar adesivos de Brizola em seu carro, apenas substituindo-os a cada eleição. "Antes eu tinha o do Brizola na cabeça", conta, referindo-se ao slogan da campanha de 82, que cedeu lugar a três plásticos mais atuais: *Brizola presidente*.



José Jorge de Carvalho Júnior, professor, enfeitou seu carro com cinco adesivos, letreiros garrafais e uma foto de Guilherme Afif Domingos, candidato do PL. E não é só. Em sua sala, no Colégio Lúcia de Carvalho, na Tijuca (Zona Norte), Carvalho afixou uma faixa do candidato. O professor entusiasmou-se após as-

sistir duas palestras de Afif e procurou a sede do PL na Tijuca, onde obteve o material. Carvalho é o típico eleitor ideológico: "Afif tem o melhor programa. Ele acredita na iniciativa privada, na liberdade de empreender, de correr riscos. Todos os outros candidatos, de uma maneira ou de outra, defendem a vinculação da economia ao Estado".