

Comitê de Collor vira balcão para eleitor que quer emprego

A estratégia anticlientelista pregada pelo candidato do PRN à Presidência da República, Fernando Collor, não chegou a grande parte de seus simpatizantes. São os que procuram a sede nacional do "Movimento Popular de Reconstrução Nacional — MPRN" em busca de um emprego.

Nos três primeiros dias de funcionamento, foram cadastradas 1.200 pessoas, a maioria desempregada, tentando se encaixar na campanha do candidato. E o caso de Miguel Afonso Pereira, de 22 anos, sem profissão definida, confiante na chance de "unir o útil ao agradável", caso conseguisse a colocação. Ou da eleitora de 16 anos, Elizete Alves Fonseca, que supunha estar sendo cadastrada para um emprego.

O secretário-geral do movimento, Octaciano Nogueira, acredita que as expectativas dessa natureza se desfazerão no decorrer da campanha, "à medida que ficar evidente que o interesse se restringe ao trabalho voluntário" dos militantes ou simpatizantes.

Hoje, segundo Octaciano, existem 40 mil pessoas cadastradas nesta condição. Elas serão orientadas nos mínimos detalhes. Desde a maneira como formar os comitês nos bairros

ou os profissionais até o procedimento a ser adotado daqui a cinco meses, no dia da eleição. As informações estão na cartilha **Diretrizes básicas**, que será complementada mensalmente com o jornal de campanha do candidato. Além do noticiário sobre Fernando Collor, o jornal trará também as acusações que lhe são dirigidas, acareadas com a versão do candidato, "para contrargumentar os que são contrários a sua postura".

Segundo Octaciano Nogueira, os 43 por cento na preferência dos eleitores não podem ser vistos como a vitória. "Se a eleição estivesse ganha não seria necessário tanto esforço", afirmou, argumentando que até a cartilha teve a preocupação em não minimizar os adversários. Ela prega uma "boca de urna" atuante para ajudar a convencer os indecisos e sugere que cada um dos simpatizantes dê carona aos demais eleitores. "Este é um momento importante para pedir o voto da mudança em favor de Fernando Collor. Eleição não se ganha na véspera", diz o texto.

Os comitês profissionais prometem invadir os órgãos públicos, como demonstram os contatos feitos

até agora. O primeiro deles já funciona no Ministério do Interior, indiferente à fidelidade ao presidente Sarney e ao candidato do PFL, Aureliano Chaves, demonstrada pelo ministro João Alves.

Ontem, um telefonema de Nova Iorque a Décio Nogueira, um dos assessores de campanha do candidato, prometia **collorir** a cidade, onde vivem 30 mil brasileiros. Os eleitores Antônio Pinto e Sérgio Ferreira, radicados nos Estados Unidos, pediam material de divulgação, prometendo fazer do dia 7 de setembro o ponto alto da campanha no exterior.

Os 10 primeiros dos 10 mil kits de campanha começaram a ser enviados para todos os Estados, de um lote de 100 mil, informou Octaciano, tendo na ideia de ensinar os militantes a produzirem o material publicitário como a forma de baratear os custos. Ainda assim a campanha de Collor disparou milhares de dólares à frente da dos demais concorrentes, quer seja na estrutura dos comitês, nos adesivos ou camisetas ou nos deslocamentos do candidato. Os gastos controlados pelo comitê central, em São Paulo, são guardados a sete chaves, unindo-se os assessores na informação de que tudo será feito "espartanamente".