

A previsão é "irreal", diz o especialista.

O preço de uma campanha presidencial depende do perfil do candidato, na opinião do professor da Universidade de São Paulo, Francisco Gaudêncio Torquato de Rêgo, especialista em marketing político. Mas ele diz que o gasto mínimo chega a algo em torno de US\$ 50 milhões. Torquato considera completamente "irreal" a previsão do PT de gastar apenas NCz\$ 15 milhões na campanha de Luís Inácio Lula da Silva. "Esse montante não dá nem para pagar as viagens", afirma.

Mas ele estima que Lula e Brizola (PDT) são os candidatos que menos gastarão nessa sucessão presidencial. O professor explica que a visibilidade pública do candidato é inversamente proporcional aos seus gastos: "Quanto mais conhecido ele for, menos serão os gastos com a divulgação de seu nome". De outra parte, ele acha que Paulo Maluf (PDS) e Ronaldo Caiado serão os que mais terão de gastar na campanha deste ano.

Segundo Torquato, há três tipos de campanhas: a pequena, a média e a grande. A primeira conta basicamente com o horário eleitoral gratuito e praticamente não utiliza material gráfico. Esse tipo de campanha exige cerca de US\$ 50 milhões. A de médio porte, segundo Torquato, fica em torno de US\$ 100 milhões, devido ao investimento maior em material impresso. Já a massiva, a de grande porte, não sai por menos de US\$ 250 milhões.

Para Torquato, a brasa que irá esquentar a sucessão é o horário gratuito na televisão. "É por isso que uma produtora de tevê não aceitará entrar nesse processo com um orçamento inferior a US\$ 10 milhões. O horário gratuito é fundamental e, a partir dele, é que poderemos ter uma visão mais clara do processo sucessório", considera Torquato.