

Nem sempre o atacante leva vantagem sobre o atacado

A estratégia de atacar os adversários é uma faca de dois gumes: ela pode até bloquear o crescimento de uma candidatura, mas isso não significa que o atacante reverta para sua legenda os votos do atacado. A conclusão é do sociólogo Jairo Nicolau, do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas, e do publicitário e Diretor-Vice-Presidente da Escola Superior de Propaganda e Marketing, José Roberto Whitaker Penteado.

Para o sociólogo, o tiroteio verbal em que se transformou o horário gratuito tem várias origens. Alguns candidatos foram criticados por erros cometidos em administrações passadas; outros, devido à postura que assumiram na vida parlamentar; muitas advertências tiveram fundo ideológico; e outros transformaram em críticas erros de campanha.

A prova mais evidente de que os ataques não rendem votos foi a candidatura de Afif Domingos: ele passou grande parte do horário eleitoral na TV criticando Mário Covas. Mas o feitiço virou contra o feitiço: a candidatura do PL despencou, enquanto a do PSDB foi uma das que mais subiram nas pesquisas.

Leonel Brizola, Paulo Maluf e Fernando Collor foram os alvos preferidos dos ataques: o PT tentou desmascarar o projeto educacional dos Cieps do PDT e o PDS

foi associado às casas de gesso construídas na administração Maluf. Os Prefeitos petistas — particularmente, Luiza Erundina, de São Paulo — foram citados como exemplo para demonstrar que o PT não tem condições de governar. Mário Covas foi poupado na área administrativa.

Na vida parlamentar, Afif foi o campeão das críticas: a nota zero dada pelo Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap) foi explorada por todos os concorrentes do PL. Mas o ataque mais contundente foi desfechado por Covas, que acusou Afif de ter sido omissivo durante os trabalhos da Constituinte. Os candidatos do PT e do PSDB, no entanto, foram poupados pelos concorrentes na questão parlamentar.

Para Jairo Nicolau, a contradição ideológica e a postura anticomunista deram o tom de Maluf no horário gratuito. O exemplo do PDS foi seguido por Afif, que usou imagens de Mikhail Gorbachov e dos refugiados da Alemanha Oriental para criticar os programas de Lula e Brizola.

Os erros de estratégia de campanha mais explorados, segundo o sociólogo, nos dois meses do horário gratuito, foram a ausência de Collor nos debates, o “desequilíbrio emocional” de Brizola e o discurso do choque de capitalismo de Covas.