

Comício eletrônico da reeleição fracassa

■ Exibição de vídeos gravados por FH não atrai quase ninguém

CÉSAR FELÍCIO

BRASÍLIA — Os primeiros comícios eletrônicos pela reeleição do presidente Fernando Henrique Cardoso foram avaliados ontem como desastrosos pelo comando da campanha. O governador mineiro Eduardo Azeredo, do PSDB, levou ao coordenador político do comitê pela reeleição, Euclides Scalco, o balanço dos dois primeiros comícios no estado, realizados em Itajubá e Pouso Alegre: “Foi um fracasso”, reconheceu Scalco. O programa Pé na Estrada consiste na apresentação de vídeos com gravações de Fernando Henrique, levados por caminhões, que percorrerão 800 municípios de mais de 50 mil habitantes durante a campanha.

Segundo Azeredo, faltou mobilização dos eleitores nas duas cidades mineiras escolhidas para a estréia dos comícios eletrônicos. “Não houve a abrangência necessária nos trabalhos de divulgação dos comícios. As pessoas não entenderam direito o que ia acontecer e não se interessaram em ir aos locais determinados. Faltou articulação das lideranças locais. Tinha muito pouca gente assistindo”, afirmou o governador.

Empenho — “Por enquanto, o Pé na Estrada ficou só no pé. Faltou braço, mão, cabeça, o resto do corpo todo”, lamentou Euclides Scalco. “Os partidos não se mobilizaram e não apareceu ninguém”. Apesar do resultado ruim no interior de Minas, o comando político da campanha não pensa em desistir. “O problema não é o formato do comício eletrônico. Esta experiência já foi feita em 1994 com bons resultados. O problema é só de sensibilizar os dirigentes partidários”. Para Scalco, o fracasso é um sinal que o país ainda não está vivendo um clima eleitoral. “As campanhas ainda estão muito mornas”, afirmou. Os candidatos a senador e deputado federal também participarão dos comícios. O comitê vai exigir maior empenho das lideranças políticas dos municípios onde serão realizados os próximos comícios eletrônicos para evitar novos fracassos.

O insucesso dos comícios eletrônicos não foi o único percalço da campanha pela reeleição de Fernando Henrique nos últimos dias. Os partidos aliados do presidente erraram no cálculo do tempo das inserções diárias de rádio e televisão. A equipe de marketing da campanha esperava ter sete minutos e ganhou apenas 2m49s, o que obrigou o coordenador de marketing, Nizan Guanaes, a refazer as peças publicitárias.