

Aberta a temporada de caça

Diana Fernandes

● BRASÍLIA. Os principais partidos e seus prováveis candidatos à sucessão presidencial do ano que vem já estão se movimentando em busca de estrategistas políticos e marqueteiros eleitorais. Estes também já iniciaram o assédio aos clientes em potencial. O mais adiantado é o PSDB, que conta desde dezembro com os serviços de um publicitário que trabalha a imagem do partido e do governo.

Com contrato assinado até fim de maio Paulo Tarso dos Santos garante que não assumiu compromisso com os tucanos para 2002:

— Meu contrato é de marketing político, não de marketing eleitoral.

Segundo o secretário-geral do PSDB, deputado Márcio Fortes (RJ), o contrato, de seis meses, a R\$ 450 mil, é para atender o PSDB em todo o país, mais remuneração mensal de R\$ 35 mil para o publicitário. Se depender de Fortes, Paulo Tarso, que fez as campanhas nacionais do PT de 1989 e 1994, continuará. No PT, o presidente, deputado José Dirceu (SP), nega que o assunto esteja em pauta, mas alguns petistas já fazem sondagens no mercado. Todos têm conhecimento dos movimentos de Duda Mendonça em direção ao PT. Mas, conhecido pelas campanhas para o ex-prefeito Paulo Maluf (PPB), ele não é bem visto no mundo petista.

Um importante profissional do setor aposta que os petistas optarão pelo serviço bom e barato do grupo liderado pelo jornalista Augusto Fonseca, que fez a campanha de Marta Suplicy.

O custo das campanhas presidenciais de 2002 ainda é imprevisível. Mas especula-se que que já passou o tempo das campanhas milionárias. O financiamento parece que será escasso. Mas esta é uma avaliação atual. Quando os candidatos estiverem colocados, seus defensores não deixarão de comparecer, garantem os profissionais do setor.