

# ELEIÇÕES 2010: A BÊN?

É interessante analisar as estratégias de campanha encabeçadas pelos dois principais partidos do Brasil e de Minas gerais – PT e PSDB. Ambos lançam suas candidaturas a partir de alianças com as duas maiores forças eleitorais de cabresto do país: o PMDB e o DEM.

Ambos expõem a mesma plataforma de governo, sintetizada em “vamos continuar o que bom e melhorar ainda mais”, reconhecendo os méritos de seus partidos e dos adversários, sem grandes críticas ou proposições concretas de mudanças.

Mas o mais curioso é como o discurso publicitário varia entre os níveis nacional e estadual da campanha:

## NO BRASIL:

Dilma, uma ilustre desconhecida, é vendida como “a queridinha do Lula”, por sua altíssima aprovação como presidente, esperando a transferência de votos. “Daqui a 4 anos ele volta?”. E está ganhando.

Serra critica Dilma por não ter passado político e por ser apenas apadrinhada pelo presidente. E está perdendo.

## EM MINAS:

Anastasia, o atual governador, que pouquíssimos mineiros sabiam de quem se tratava até?

Hélio e Patrus criticam Anastásia por ser apenas uma sombra de Aécio enquanto eles foram ministros do governo Lula e são amigos de Dilma, que vai ganhar. E estão perdendo.

Vejam como as estratégias se invertem no estado e no país! Tudo isso depois da estranha aliança que elegeu apertado o ilustríssimo prefeito de BH que ninguém também conhecia em 2008, e que aparece no horário eleitoral lendo o teleprompter com muita dificuldade pedindo votos para os deputados do PSB e, acreditem, apoiando Dilma e Anastasia! Ainda bem que ele tem 2 nomes pra votar para o senado. Senão os “padinhos” Aécio e Pimentha iriam se estranhar... e de Clésio Andrade (o ex-vice de Aécio) também pedindo os seus, com o fundo de Hélio, Patrus e Dilma.

A velha estratégia do apadrinhamento e da transferência de votos parece já ter definido, com bastante antecedência, o resultado das eleições de 2010 em Minas e no Brasil. Nos palanques e nas TVs, candidatos-simulacros sem carisma que se vendem sob as bênçãos explícitas de seus padinhos. E por aí vão os rumos do sistema democrático brasileiro, em que os publicitários e marketeiros fazem política.

Obra original disponível em:

<http://www.overmundo.com.br/banco/eleicoes-2010-a-bencao-dos-padrinhos>