

Por Ricardo Noblat

Espantosa a capacidade de resistência de Marina Silva à pancadaria, a se levar em conta os resultados da mais recente pesquisa IBOPE divulgada pelo Jornal Nacional. Pela lógica, ela deveria estar caindo. E Dilma avançando. Mas eleição não é razão – é emoção. Ganha quem erra menos. E Marina tem errado pouco.

É esmagadora a vantagem que Dilma tem em relação aos seus adversários no tempo de propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão. São 12 minutos contra seis de Aécio e dois de Marina. Por ora, a vantagem de pouco tem adiantado. Dilma não emociona ninguém. É razão pura. E seus programas de propaganda refletem o que ela é. Não poderia ser diferente.

O marketing político de Dilma apostou na desconstrução da imagem de Marina. Há mais de 20 dias que Marina apanha dia e noite. Contra ela foram assacadas até aqui as mentiras mais corrosivas. Do tipo: "Vai acabar com O Bolsa Família e o Mais Médicos. Marina está a serviço dos banqueiros". Algum efeito a desconstrução produziu. Não o suficiente para desidratar Marina

Jamais neste país um candidato a presidente contou com a gigantesca coligação de partidos montada para reeleger Dilma. No Rio, por exemplo, todos os candidatos ao governo fazem parte da coligação de Dilma. Em São Paulo, nenhum candidato ao governo apoia Marina. Em Minas Gerais, o que apoia tem menos de 5% das intenções de voto. Tudo isso não basta.

Dilma não é querida. Nem admirada. É temida por seus maus modos. Por isso mesmo, entre seus aliados, é forte, embora discreta, a torcida para que ela perca. Pela primeira vez, na série de pesquisas do IBOPE, Dilma caiu na simulação de primeiro e de segundo turno. O governo de Dilma está destinado a passar à História como um governo medíocre.

O que ainda não se sabe é se ele marcará o desfecho do período de 12 anos do PT no poder.

Veja como publicado:

<http://oglobo.globo.com/pais/noblat/posts/2014/09/16/marina-apanha-mas-dilma-quem-cai-por-ricardo-noblat-549727.asp>