



Política. ES

A morte das tartarugas

UCHÔA DE MENDONÇA

Com 77,03% dos votos válidos do eleitorado capixaba (1.326.175 votos), o governador Paulo Hartung conquistou sua reeleição para o governo do Estado, transformando-se no campeão de votos do Brasil.

A vitória do sr. Paulo Hartung é o reconhecimento da sociedade capixaba ao homem público que conseguiu uma das maiores façanhas da nossa história política: recuperar o Estado, econômica e moralmente, depois de uma destruição por 20 anos consecutivos, sob a ação de maus administradores.

dando-lhe 1.031.483 votos (62,37%), o dobro dos do seu principal concorrente, elegendo ainda para deputado federal o vice-governador Lelo Coimbra, com 120.821 votos; Camilo Cola, com 106.165 votos; Luiz Paulo Vellozo Lucas, com 100.570 votos; Rita Camata, com 74.997 votos; e a renovação da Assembléia Legislativa em 50%, mandando para a sepultura política um bando de "tartarugas", campeões do atraso, da má fama e tudo mais o que há de ruim.

O Estado do Espírito Santo vai entrar 2007 com um con-

das de dinheiro, dos dólares que trafegam em cuecas, malas, sacolas de tudo que é formato, e ninguém dá jeito.

O último episódio protagonizado pelos "amigos" do presidente Lula foi o do dossiê contra o sr. José Serra, candidato do PSDB ao governo de São Paulo, com o objetivo de envolvê-lo no escândalo dos "sanguessugas", das negociatas das ambulâncias, objetivando favorecer, assim, com essa tramóia, a candidatura do petista Aloísio Mercadante, também concorrente ao governo de São Paulo.

Estamos todos exultantes

De malas prontas

JOSÉ CARLOS CORRÊA

Não é preciso qualquer esforço para se constatar que o grande vitorioso das eleições no Espírito Santo é o governador Paulo Hartung. Reeleito como o recordista de votos em nível nacional (77,27% dos eleitores sufragaram o seu nome), Hartung saboreia a vitória do seu candidato ao Senado Renato Casagrande e conta com o apoio explícito da grande maioria dos deputados que vão assumir as cadeiras da bancada capixaba na Câmara dos Deputados e da Assembléia Legislativa.

A vitória de Hartung para o governo já se desenhava há muito tempo. Os índices de aprovação de sua administração, medidos pelas pesquisas, sinalizavam que dificilmente surgiria alguém que pudesse disputar a vaga com ele com alguma chance de vitória. As urnas confirmaram o reconhecimento do capixaba ao seu governo marcado pela recuperação das finanças do Estado, pelo combate ao crime organizado, e pela conjuntura econômica favorável que já é conhecida como o início de um novo ciclo de desenvolvimento.

Já a vitória de Casagrande demonstrou que o prestígio do governador se reflete diretamente nos candidatos por ele apoiados. Casagrande cumpriu com destaque um mandato de deputado federal a ponto de ser apontado como um dos parlamentares mais influentes da Câmara, mas tudo indicava que seria difícil bater o seu adversário, Max Mauro, nas urnas. As primeiras pesquisas mostravam empate, mas, à medida em que

a campanha de Hartung associava o seu nome ao de Casagrande, a eleição se definiu. A vitória de Casagrande no reduto de Max, Vila Velha, retrata a dimensão do impacto do apoio de Hartung, principalmente quando se sabe que Max foi, nos últimos anos, o principal adversário político do governador.

As digitais de Hartung estão também visíveis nas votações dos deputados federais e estaduais. O fato de Lelo Coimbra, seu vice e secretário da Educação, ter sido o candidato mais votado à Câmara Federal é a expressão maior disso. Basta uma rápida leitura dos nomes dos parlamentares vitoriosos para perceber que quase todos estiveram no palanque do governador.

Não é à toa que Hartung tem sido assediado pelos dois candidatos que vão disputar o segundo turno das eleições presidenciais. Afinal de contas, ele recebeu 1.326.175 votos, a maior votação já dada a um político capixaba. Mas é também previsível que ele não vai anunciar apoio a qualquer um dos dois. Primeiro porque ele conseguiu a proeza de ter tido ao seu lado, na campanha, tanto o PT como o PSDB. E, em segundo lugar, porque ficar em cima do muro é uma de suas especialidades. Já foi assim no passado, até mesmo quando estava na disputa a chapa formada pelo seu amigo Serra e a capixaba Rita. Aliás, as suas malas já estão prontas para uma providencial viagem à Itália.

José Carlos Corrêa escreve aos sábados.
e-mail: jccorrea@redgazeta.com.br

Marketing político e marketing de verdade

RONALD Z. CARVALHO

A morte das tartarugas

UCHÔA DE MENDONÇA

dando-lhe 1.031.483 votos (62,37%), o dobro dos do seu principal concorrente, elegendo ainda para deputado federal o vice-governador Leilo Coimbra, com 120.821 votos; Camilo Cola, com 106.165 votos; Luiz Paulo Vellozo Lucas, com 100.570 votos; Rita Camata, com 74.997 votos; e a renovação da Assembléia Legislativa em 50%, mandando para a sepultura política um bando de "tartarugas", campeões do atraso, da má fama e tudo mais o que há de ruim.

O Estado do Espírito Santo vai entrar 2007 com um conjunto de representantes populares que pode deixar seu nome na história. É preciso que esse grupo que se elegeu, com base no impulso moral de reconstrução de um Estado decente, sob a égide de Paulo Hartung, saiba avaliar a importância que o pleito de 1º de outubro teve para o Estado do Espírito Santo e o Brasil.

Estamos vivendo, em termos nacionais, uma espécie de fadiga moral, onde, no dia-a-dia, são praticados os mais espetaculares assaltos aos cofres públicos, dos mensalões, das malas voadoras abarrotadas

de dinheiro, dos dólares que trafegam em cuecas, malas, sacolas de tudo que é formato, e ninguém dá jeito.

O último episódio protagonizado pelos "amigos" do presidente Lula foi o do dossiê contra o sr. José Serra, candidato do PSDB ao governo de São Paulo, com o objetivo de envolvê-lo no escândalo dos "sanguessugas", das negociatas das ambulâncias, objetivando favorecer, assim, com essa tramóia, a candidatura do petista Aloísio Mercadante, também concorrente ao governo de São Paulo.

Estamos todos exultantes com a vitória do sr. Paulo Hartung. O resultado de sua eleição é uma vitória de todos nós que atendemos aos seus apelos e votamos nos melhores candidatos.

A esperança que tenho é a de ver a nossa Assembléia Legislativa dando a volta por cima e ajudar a construir a grandeza de todos nós.

Chega de patifaria. Vamos festejar a morte das tartarugas do atraso.

Gutman Uchôa de Mendonça

escreve às terças e aos sábados.
e-mail: fecomes.vix@zaz.com.br

é conhecida como o início de um novo ciclo de desenvolvimento.

Já a vitória de Casagrande demonstrou que o prestígio do governador se reflete diretamente nos candidatos por ele apoiados. Casagrande cumpriu com destaque um mandato de deputado federal a ponto de ser apontado como um dos parlamentares mais influentes da Câmara, mas tudo indicava que seria difícil bater o seu adversário, Max Mauro, nas urnas. As primeiras pesquisas mostram empate, mas, à medida em que

após a qualquer um dos dois. E mesmo porque ele conseguiu a proeza de ter tido ao seu lado, na campanha, tanto o PT como o PSDB. E, em segundo lugar, porque ficar em cima do muro é uma de suas especialidades. Já foi assim no passado, até mesmo quando estava na disputa a chapa formada pelo seu amigo Serra e a capixaba Rita. Aliás, as suas malas já estão prontas para uma providencial viagem à Itália.

José Carlos Corrêa escreve aos sábados.
e-mail: jccorrea@redgazeta.com.br

Marketing político e marketing de verdade

RONALD Z. CARVALHO

Em recente artigo neste jornal, o Sr. Francisco Calmon, a quem respeitamos, emitiu conceitos equivocados sobre o conceito de Marketing, que feriram e chocaram os profissionais capixabas. Em nome de nossa entidade maior e representando esses profissionais, gostaria de colocar as coisas em seus devidos lugares.

Marketing é, acima de tudo, a arte de encantar um consumidor. É amor e respeito individual e coletivo ao ser humano e à sociedade. Segundo a definição inserida em meu livro "Marketing por Ronald Z. Carvalho", Editora Nobel, 1998, à página 11, "Marketing é satisfazer pessoas de forma ética e verdadeira, Marketing é fidelizar o cliente, Marketing é transformar um produto num bem acessível a todos que o desejam".

Qualquer tipo de Marketing se insere nesta definição: o Marketing político, o Marketing eleitoral (que trata de eleições), o Marketing social, que cresce cada vez mais no mundo inteiro, e o Marketing de produtos e serviços de consumo. Todos esses tipos de Marketing são fatores de desenvolvimento e crescimento do ser humano. Lutamos pelas leis de proteção ao consumidor, pelas leis de verdade na comunicação,

pela reforma política que trará ao eleitor brasileiro a oportunidade de votar com ética e respeito.

Claro que há profissionais de marketing e comunicação que descumprem os preceitos de sua profissão. Isso, porém, não justifica a generalização apressada cometida pelo referido senhor. Maus médicos e maus sacerdotes, as profissões mais nobres do mundo, não condenam a medicina e o sacerdócio. Ao contrário, dignificam aqueles que as praticam dentro da ética.

Marilena Chauí, erroneamente citada, pois sua frase fala de Propaganda e não de Marketing, concorda com esses conceitos, pois sabemos de seu respeito por nossa profissão. A bem da justiça estendemos nossas considerações à Propaganda, à profissão publicitária, irmã e sócia do Marketing.

Se acreditamos na viabilidade do sistema capitalista modernizado, se respeitamos o consumidor e desejamos uma democracia econômica e política em nosso país, é dever de justiça fazer o bom Marketing e a boa Propaganda.

Ronald Z. Carvalho é presidente da ADVB - Associação dos Dirigentes de Marketing e Vendas do Brasil - no Espírito Santo

REPRESENTANTES COMERCIAIS

RIO DE JANEIRO/RJ: (21) 2491-1350
Solidia Conceitual Ltda.
solida@solidaconceitual.com.br

SÃO PAULO/SP: (11) 5052-5129
FTPI Representação Publicidade Ltda.
anuncios@ftpi.com.br

BRASÍLIA/DF: (61) 226-6601
Pereira de Souza & Cia. Ltda.
zelia@pereiradesouzadf.net

PREÇOS

EXEMPLAR
ES/BA/MG: R\$ 1,50 de segunda a sábado e R\$ 2,00 aos domingos. Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília: R\$ 2,50
PREÇO DA ASSINATURA: ESPÍRITO SANTO:
Semestral única R\$ 212,50
Semestral parcelada: 3 vezes de R\$ 72,25
4 vezes de R\$ 54,70
Anual única R\$ 399,00
Anual parcelada: 4 vezes de R\$ 102,75
6 vezes de R\$ 69,80
8 vezes de R\$ 53,30

OUTROS ESTADOS

Semestral única	R\$ 355,40
Semestral parcelada: 3 vezes de	R\$ 129,50
4 vezes de	R\$ 99,70
Anual única	R\$ 684,15
Anual parcelada: 4 vezes de	R\$ 180,30
6 vezes de	R\$ 125,50
8 vezes de	R\$ 94,60

SERVIÇOS NOTICIOSOS

Agência Folha (AF), Agência Globo (AG), Agência Estado de São Paulo (AE), Associated Press (AP)