

Políticos têm aulas sobre a eleição

■ Regras e técnicas acabam afastando candidato amador

O político brasiliense aprendeu depressa que em eleições não há lugar para amadorismo. Prova disso foi o interesse demonstrado ao longo de toda a semana no seminário *Eleições 94 - A Vitória do Planejamento*, promovido pela Apoio Promoções e Eventos.

Foram cinco dias de palestras e debates com profissionais de marketing político, com destaque para os *marketeiros* Carlos Brickman e Duda Mendonça, os responsáveis pelas campanhas que elegeram Paulo Maluf e Fernando Collor.

Idealizado para formar coordenadores de campanhas eleitorais, o seminário acabou atraindo todo o tipo de aprendiz: do candidato aos assessores. Além de despertar a curiosidade de políticos tidos como veteranos.

Na abertura, por exemplo, compareceram os deputados federais Flávio Rocha (PL-RN), Garibaldi Filho (PMDB-RN), Osório Adriano (PFL-DF), Paulo Octávio (PRN-DF) e o suplente de senador Pedro Teixeira, além de deputados distritais.

Mas a presença de candidatos não se limitou apenas à primeira noite. Pedro Teixeira, que recentemente ocupava uma cadeira no Senado como suplente do ex-ministro da Justiça Maurício Corrêa, foi um aluno bastante aplicado. O mesmo ocorreu com a socialite e empresária Moema Leão, que busca uma candidatura



Palestras e debates com especialistas reuniram não só candidatos como assessores e políticos veteranos

para a Câmara Distrital pelo Partido Verde.

Alunos de poucas perguntas e muita atenção, Pedro Teixeira e Moema Leão acabaram tirando dez com o professor Paulo Kramer, que falou sobre o relacionamento dos candidatos com a imprensa. Transformaram a assiduidade num fato digno de registo na imprensa.

Teixeira foi um pouco além procurando compensar eventuais ausências com um pedido aos organizadores: "Tenho que me ausentar para tratar de algumas questões do PP, mas quero receber todo o material depois".

Propaganda - A principal lição que os coordenadores de campanha levam para casa está relacionada com a criatividade. Na avaliação dos palestrantes, as campanhas só devem decolar 60 dias antes das eleições coincidindo com o início do horário de propaganda gratuita na televisão e no rádio. Mas não dá para ficar de braços cruzados, porque quando esse dia chegar o tempo disponível será insuficiente para abrigar a todos.

"As campanhas majoritárias (presidente e governadores) vão se sobrepor às proporcionais", avverte Carlos Brickman. "O tempo para os deputados será mínimo, o

que significa que esses candidatos terão que buscar meios alternativos para chegar a seus eleitores".

Essa criatividade, porém, está associada apenas à forma das mensagens do candidato que, segundo Duda Mendonça, devem despertar a emoção dos eleitores.

O seminário revelou ainda que os candidatos estão dispostos a gastar. Cada coordenador inscrito custou ao respectivo candidato a candidato US\$ 650. Até bem pouco tempo, esse era um custo inimaginável para quem sequer tem assegurada sua candidatura já que ainda não foram realizadas as convenções partidárias.

Curso não tira dúvidas sobre lei eleitoral

Dona Sarah Kubitschek, mãe da vice-governadora Márcia Kubitschek, havia sofrido um infarto no domingo de Páscoa e estava internada numa Unidade de Terapia Intensiva. O assédio da imprensa era uma constante, com a vice-governadora se desdobrando entre seu gabinete e o hospital. Mesmo assim sua assessora, Ilara Viotti, ainda conseguiu reunir energias para participar do seminário.

O ex-secretário de Obras do GDF, José Roberto Arruda, aca-

bara de se descompatibilizar e ainda não havia montado seu escritório de campanha. Além disso percorria as cidades-satélites para ampliar espaços dentro do PP e assegurar o apoio do governador Roriz para a sua candidatura ao Palácio do Buriti. Ao seu lado estava o assessor Omézio Pontes, que à noite ainda arrumou tempo para participar do seminário.

Ilara e Omézio têm em comum garra e dedicação. Assistiram às palestras em completo silêncio, enquanto sonhavam continuar as-

sessorando Márcia e Arruda no Senado e no Palácio do Buriti, respectivamente. Discretos, anotaram as dúvidas levantadas durante os debates. As dúvidas pessoais foram tiradas durante os cafezinhos no melhor estilo da conversa ao pé-do-ouvido.

Os dois, assim como a grande maioria dos participantes do seminário, saíram do seminário sem resposta definitiva para uma pergunta: como ocupar o horário gratuito na televisão. A nova legislação, que impede a utilização de

cenas externas traz mais dúvidas do que esclarecimentos.

Dos palestrantes ouviram que dificuldades foram feitas para serem superadas e que os legisladores acabaram conseguindo efeito inverso ao pretendido quando limitaram os programas eleitorais aos estúdios. "Se o objetivo era reduzir custos, o resultado será justamente o contrário", explica Duda Mendonça. "Da mesma forma, os efeitos obtidos com as externas não serão eliminados. Bas-ta criatividade".