

Publicitários “lapidam” imagem de Heloísa Helena na televisão

KARLA CORREIA E SÉRGIO PARDELLAS

BRASÍLIA

Meia luz, cores suaves e uma quietude inesperada envolvem o ambiente da produtora responsável pelo programa eleitoral do PSol em Brasília. A atmosfera de serenidade está em perfeita harmonia com o atual estado de espírito da candidata do partido à Presidência, senadora Heloísa Helena.

A ex-petista radical, em ascensão nas pesquisas de intenção de voto, moderou o discurso, aparece carregando rama-lhete de flores e girassóis nas caminhadas de campanha, e exala uma meiguice capaz de magnetizar fatia do eleitorado órfão da esquerda e do PT. O polimento na imagem da candidata do PSol é obra de uma equipe enxuta de colaboradores: o cineasta Roberto Duque, o produtor Luis Arnaldo, César Benjamin (o candidato à vice) e o ex-deputado Milton Temer, companheiro para todas as horas.

A contundência do discurso, a maneira enfática de se expressar e a postura indignada, crítica das mazelas do País — por exigência da candidata — não foram abandonadas. “Não sou fruto do marketing, não vou ser vendida como sabão em pó”, gosta de repetir a candidata do PSol.

Mas como a condição de candidata ao Planalto exige um comportamento mais ameno, sobretudo nos programas de televisão, a senadora capitulou. Antes da entrevista ao Jornal Nacional, exibida na última terça-feira, Milton Temer teve a missão de criar um inferno em torno da candidata. A idéia era prepará-la para o pior que pudesse acontecer e testar o auto-controle de Heloísa Helena em situações críticas.

“Pedi para ele pensar nas coisas mais escondidas no fundo de sua alma”, disse o ex-deputado e doublê de produtor.

“O problema essencial de Heloísa não é o que ela fala, e sim a forma de falar. Isso ela já dominou. Criei o pior ambiente que ela poderia encontrar e ela respondeu bem”, acrescenta.

A estratégia funcionou. Durante o programa, Heloísa Helena utilizou o doce “meu amor” na hora de se dirigir aos apresentadores — o casal William Bonner-Fátima Bernardes. Perdeu a calma uma única vez. Mesmo assim, a entrevista rendeu-lhe elogios generalizados, pelo menos entre os aliados.

“Tudo perfeito: o sorriso, o olhar para a câmera da TV, a tranquilidade, a resposta rápida, a oferta de sua condição de mãe e mulher, tudo, tudo, tudo”, derreteu-se o prefeito do Rio, Cesar Maia, em seu ex-blog.

Para o deputado Chico Alencar (PSol-RJ), é necessário domar o ímpeto de Heloísa, em certas ocasiões. “A senadora não aceita ser artificializada, mas de vez em quando é prudente falar dois em vez de três adjetivos”, diz o ex-petista.

O efeito dessa espontaneidade, ainda que polida a mão, é o fascínio que ela exerce no corpo a corpo da campanha. Num comício em Ceilândia (DF), cidade-satélite localizada a 30 quilômetros do Plano Piloto de Brasília, uma senhora com problemas físicos abandonou o andador para dar um abraço na candidata. “Heloísa encanta as pessoas, parecia um milagre”, conta, com certa empolgação, o cineasta Ronaldo Duque, responsável pelos programas do PSol e autor da primeira propaganda eleitoral do PCdoB.

O clima da campanha de rua do partido anima a equipe, que promete “não inovar” durante os 1m11 da propaganda eleitoral. “Nossa aposta é que estaremos no segundo turno”, acredita Duque. “Aí, com 15 minutos de televisão, será outra história”.



Heloísa Helena