

Emissoras definem horário gratuito

Representantes das cinco emissoras de TV de Brasília — Nacional, Brasília, Capital, Globo e TVS — reuniram-se ontem para definir uma proposta de trabalho durante o horário gratuito para propaganda eleitoral, que começa no próximo domingo, dia 14, e vai até o dia 13 de novembro, diariamente, em dois horários: das 8h às 9h e das 20h30 às 21h30. Ficou acertado que cada emissora se responsabilizará pela emissão da propaganda durante 12 ou 13 dias, mas não houve acordo quanto à ordem dessa responsabilidade, ou seja, não se sabe ainda quem gerará os primeiros 13 dias, e assim por diante.

No Tribunal Regional Eleitoral, persiste a dúvida em relação ao horário gratuito. Ninguém sabe como será sua fiscalização, nem exatamente quanto tempo caberá a cada partido. O Tribunal Superior Eleitoral ainda não respondeu à consulta do TRE sobre essas questões, o que deve acontecer até meados desta semana. Ao contrário do que as emissoras esperavam, a propaganda ao vivo é proibida. "Todos os partidos terão que entregar material gravado às emissoras, que cuidarão de sua exibição", informou ontem o diretor geral do TRE, Vicente Francimar de Oliveira.

Treinamento é rigoroso

Cenas de uma campanha: o candidato entra no estúdio de televisão e tenta manter os olhos abertos, diante de holofotes que nada ficam a dever aos utilizados nos históricos interrogatórios da polícia de Filinto Muller. O calor é intenso, o suor escorre mas ele procura não enxugar a testa com o lenço. À sua frente, duas câmeras se movimentam e se alternam na tomada das imagens. Ele se distrai, olha a câmara errada e, rapidamente, gira o pescoço para o lado certo. O candidato está tenso. Tomou dois antidistônicos antes de ir para a gravação. Mas sua face está contraída e suas mãos, geladas.

Os primeiros minutos ainda são de relativa calma. O candidato, por enquanto, só enfrenta seus próprios lapsos de segurança e a parafernália eletroeletrônica. Ele diz que é, explica a que veio. Promete mundos e fundos. Garante, à medida que vai se intensificando o arco da promessa, o candidato vai se tranquilizando. Mas o que é bom dura pouco. O timer avisa que o tempo está no fim e o diretor grita: "Corta!".

O candidato aproveita o intervalo para recorrer ao lenço e se enxugar. Bebe meio copo de água mineral sem gás e sorve um cafezinho doce demais para seu gosto. Precisa de adrenalina, já. Pensa num cigarro, mas acha preferível não se atrever a fumar no estúdio.

Começam os preparativos do segundo ato e ele não está mais sozinho. Está cara a cara com uma equipe de repórteres. Todos são conhecidos, mas o candidato não tem intimidade com nenhum deles. O ambiente é de pura seriedade.

Chega a vez da saraivada de perguntas longas, cuidadosamente formuladas. A cada questão aprofundada, o candidato sente esgotar-se sua espiralidade retórica. Ele se vê cada vez mais superficial, e o que diz não bate

mais com o discurso inicial, feito a sós com as câmaras.

Sua meia-hora de simulação termina. Vem o alívio. Dias depois ele retorna à empresa que o assessoria. Lê as notas taquigráficas. Raras exceções, fez quase tudo errado. Sua gravata estava torta. Não deu para controlar os cocoetes. Caiu nestas e naquelas contradições. Ficaria mal numa entrevista coletiva se respondesse isso, aquilo e aquilo outro. O candidato deixa a agência com o telpe, o texto escrito e as observações da equipe.

Deve corrigir sua impostação de voz, melhorar a postura, aperfeiçoar sua noção de tempo. É possível que dentro de uma semana já se sinta seguro o suficiente para a gravação definitiva, a ser veiculada no horário gratuito do TRE, onde o tempo máximo é de 66 segundos (para senador) e o mínimo de 33 (para deputado).

E assim que trabalham as duas empresas brasileiras que hora prestam serviços a candidatos — havia três equipadas com as chamadas "ilhas de edição", termo técnico que domina o estúdio simulador. Havia uma terceira, que se mudou para São Luís, onde presta serviços exclusivos a um candidato a governador.

Fora da área privada, só o Partido da Frente Liberal comprou um equipamento pleto para aprimorar seus candidatos ao Senado e à Câmara, incutindo-lhes noções de aproveitamento de tempo, impostação de voz e postura. O equipamento não chegou e os liberais tiveram que apelar aos bons ofícios dos amigos.

Os preços dessa preparação de imagem feita pelas empresas privadas — gênero de primeira necessidade no período eleitoral — não são reveladas por seus executivos. No máximo, eles admitem que cobram caro e que os preços não estão congelados.