



Os out-doors estão sendo refeitos para atender exigências do TRE

Jeitinho garante uso de out-door nas ruas

ILARA VIOTTI
Da Editoria de Política

O jeitinho brasileiro entrou firme na campanha brasileira para a Constituinte. Diante das novas regras ditadas pelo TRE para a propaganda eleitoral em out-doors — a partir de quarta-feira as mensagens serão de responsabilidade dos partidos e não haverá mais cartazes individuais — os coordenadores de propaganda dos partidos estão mudando tudo às pressas, tentando contornar o prejuízo.

Para que tudo dê certo, além de muita criatividade, foi preciso descobrir os "macetes" que permitirão aos partidos dar a volta por cima na legislação. As empresas particulares do ramo, donas dos suportes de out-doors, estão providenciando mudanças nos contratos de cessão dos espaços: em vez de aluguel, proibido pelo TRE, os partidos passarão a ser proprietários dos suportes. Nada fora da lei, tudo de acordo com o jeitinho.

Geraldo Vasconcelos, candidato à Câmara pelo PDT e um dos campeões da veiculação de propaganda através de out-doors, vai aumentar a altura das placas de suporte dos cartazes, acrescentando um metro na parte inferior, onde entrarão as mensagens dos companheiros de candidatura: Maurício Corrêa, Tito Figueiroa e Valério Gonçalves.

Vasconcelos criticou a nova determinação do TRE, como sendo um

"contra-senso". Antes de coibir o uso do poder econômico, a medida força os candidatos a investirem mais — e mais profissionalmente — nos out-doors. "Eu mesmo vou desistir dos "pirulitos", que implicam num gasto dez vezes superior, já que eles exigem muita tinta, cola, papel e uma equipe trabalhando 24 horas para cobrir os cartazes dos adversários".

O jeito encontrado pelo PMDB é definido por Galvão Domingos, um dos coordenadores de propaganda do partido, como "um ovo de Colombo" pela sua simplicidade. Os dois candidatos peemedebistas que vinham utilizando os out-doors vão deixá-los de lado, criando seus próprios suportes em forma de biombo. Com o mesmo princípio dos "pirulitos" colocados pelo GDF nos pontos de ônibus, os suportes do PMDB são móveis. Os biombos são formados por placas de 3 por 1,30m.

Para Galvão Domingos, a determinação do TRE é oportuna. "Finalmente houve uma definição" — lembra, embora critique o curto tempo deixado pela Justiça Eleitoral para que se façam as modificações. "Em todo caso, a medida é democrática", afirma Domingos, revela ainda que, com a solução encontrada, o partido gastará bem menos do que se investisse em out-doors convencionais: "Cada um dos suportes ficará em menos de Cz\$ 1 mil".

O Partido dos Trabalhadores também considera a regulamentação correta. Jorge Vinhas, coordenador do Comitê Eleitoral Unifi-

cado do PT, explica que o partido já tinha pensado num esquema alternativo, pois há muitas dificuldades financeiras em bancar o esquema convencional de propaganda. O PT reservou os espaços em out-doors para a segunda quinzena de outubro e ainda não contratou nenhuma firma para imprimir os cartazes, o que vai significar economia para o partido.

Venâncio Jr., filho do candidato ao Senado pelo PFL, Antônio Venâncio, não vai mexer nos suportes de out-doors que têm o retrato do pai. Vai simplesmente inutilizá-los com uma camada de tinta, passar a propriedade dos suportes para o partido e aguardar que os novos cartazes, com propaganda de mais três candidatos do PFL, fiquem prontos. Nas áreas particulares, no entanto, continua tudo como antes, já que nelas está permitida a propaganda individual.

Os outros partidos, em sua maioria sem possibilidades de bancar a publicidade cara dos out-doors, foram beneficiados. O PS, o PC e o PC do B, por exemplo, coligados ao PMDB para a Câmara, terão seus candidatos incluídos na propaganda peemedebista. Como eles, outras legendas estarão presentes nas ruas, em grandes cartazes. Se de um lado o TRE beneficiou as pequenas legendas, de outro impeliu os grandes a gastarem mais nas reformas de última hora. O O jeitinho brasileiro voltou a ser usado, mas pelas mãos de quem tem muito dinheiro.