

# A imagem que os candidatos querem passar

Os presidenciais acham que não devem mudar a imagem por causa da TV. Todo o mundo "confia no seu taco"

Luiz Piu

**S**e você acha que os comitês de Fernando Collor de Melo e Mário Covas são radicalmente diferentes, enganou-se em dois pontos. Primeiro, porque ambos tocam uma irritante musiquinha para você aguardar no telefone, daqueles de órgão portátil eletrônico, que faz você se sentir dentro de um carrossel de videogame. E num outro mais curioso: quando recebeu a reportagem pela primeira vez, o assessor de imprensa de Collor, José Natal, vestia uma discreta camisa pólo, conciliando a austeridade do seu candidato com a exigência de se vestir bem. Indiscreto, ou no mínimo deslocado, era a logomarca: um simpático tucano.

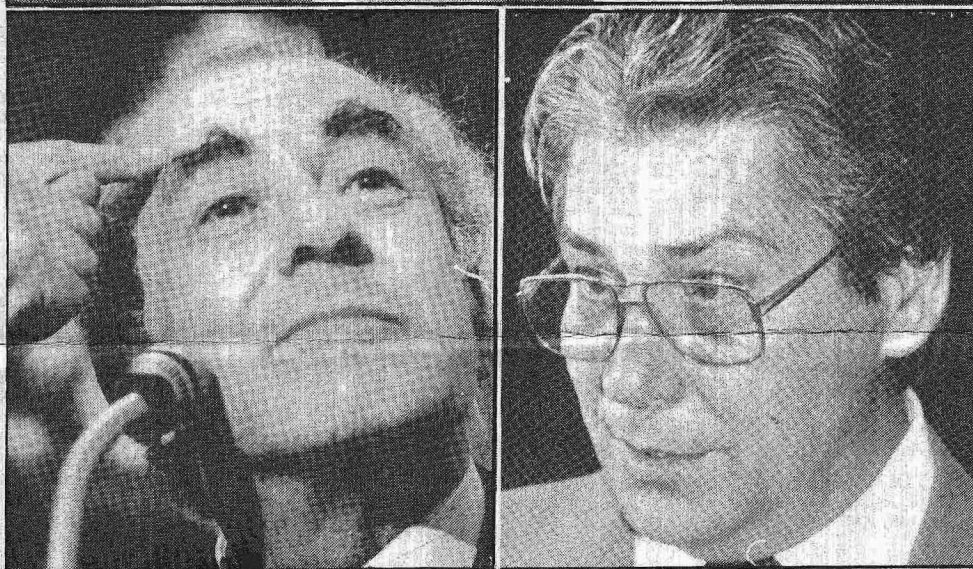
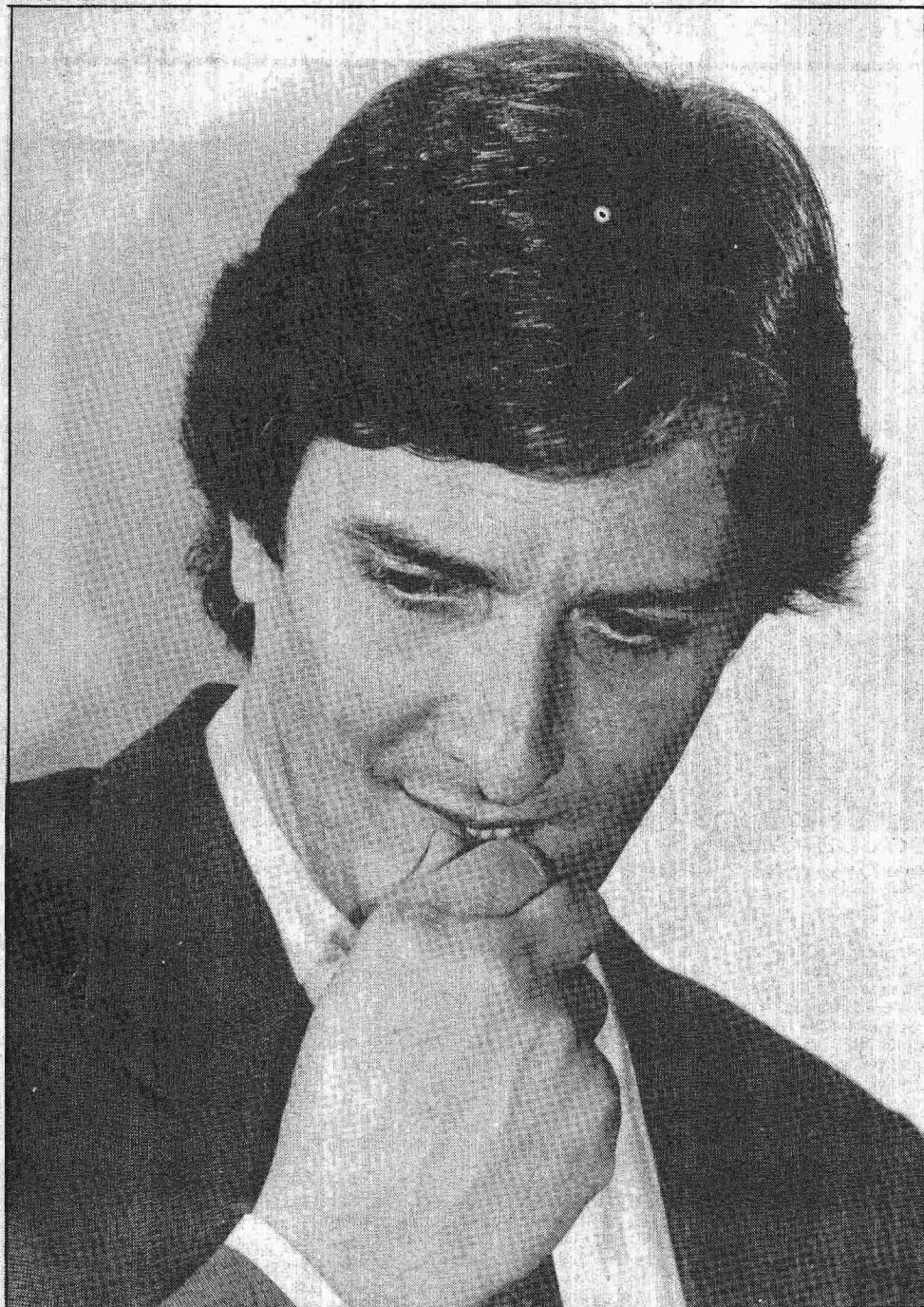
Mas as semelhanças param por aí, uma vez que eles diferem na imagem que querem passar para o eleitor. Tom Eisenlohr, coordenador de propaganda de Covas, diz que a campanha não deve alterar a personalidade que o candidato já possui, pois afinal "ele é um ser humano que pensa, age e fala (sic). Qualquer tentativa de mudança soaria como uma farsa". Segundo Tom, a campanha vai procurar dar visibilidade às vantagens do candidato. "Qualquer variação seria pura cosmetologia", acrescenta ele.

**Taco** — A preocupação com a modernidade que Tom também externou não é exclusividade de Covas. Cláudio Humberto, que coordena a campanha de Collor, diz que o candidato vai "veicular na TV programas com o nível e a qualidade dos programas que as emissoras apresentam". Para quem acha a programação ruim, recomenda-se o videocassete. Ou o cinema.

Collor manterá a imagem que o Brasil já conhece, ressaltando na TV os aspectos programáticos (?) da sua plataforma, mesmas promessas feitas por Leonel Brizola. Segundo Leite Filho, seu assessor de imprensa, Brizola "confia no seu taco, nas coisas naturais, e acha que as sofisticadas da campanha são características do modelo econômico que ele quer acabar". Segundo o assessor, a campanha será centrada na militância e na liderança que Brizola exerce.

**Estadista** — Assim, o político gaúcho manterá a estrutura de seus programas partidários, um cenário simples e olhar fixo na câmara. "Ele acha que estadista é isso: olho no olho", adianta Leite Filho, admitindo também que a falta de dinheiro contribui para isso e para o fato do PDT não ter nenhum esquema de

FOTOS: ARQUIVO



## OS INTOCÁVEIS

Os assessores dos presidenciais acham estas imagens naturais

acompanhamento por pesquisas. "É um desperdício", conclui.

Já Cláudio Humberto admite que Collor vai se utilizar das pesquisas feitas pelos institutos, aproveitando "porque eles vão fazer mesmo". Covas já tem um esquema montado, para avaliar

não só o desempenho dele como o dos adversários. Tanto Covas como Collor garantem que não vão mudar a imagem veiculada em função de resultados de pesquisas. Portanto, é esperar para ver como eles, e os outros, é claro, aparecem na sua telinha.

## O FOLCLORE POLITICO EM BRASÍLIA

Apesar de só ter votado uma vez, Brasília já tem histórias para o seu folclore político como todas as outras cidades. Parece que políticos e trapalhadas sempre andam juntos em período de eleições, seja lá onde for. Confira:

**Jaime Sautchuk (Câmera 4):** "Um candidato de um partido pequeno, que não tinha dinheiro para produzir o programa antes, estava falando ao vivo e um outro ia passando por trás do cenário. Aí o pessoal fez sinal, tá ao vivo, e ele então passou de gatinhas. Só que na frente da câmera".

**Ricardo Monte Rosa (Ema):** "No final da campanha eu imaginei uma vinheta de 15 segundos, onde a estrela do PT saía de dentro de uma lata de Coca-Cola. Quinze dias antes do final da campanha foi ao ar e mandaram tirar. No último dia da campanha, a direção do partido se reuniu e me cassou, para marcar posição".

**Yanko del Pino (produtor e diretor):** "Dizem que tocou o telefone lá no PT. Atenderam, e uma voz disse: aqui é da Coca-Cola, vocês querem que a gente distribua Coca-Cola nos comícios? Resposta: de jeito nenhum, meu amigo, você quer nos derrubar?".

**Peti Coe (Lontra):** "O Zamor Magalhães tinha um assessor, que a gente apelidou de Sherlock Holmes, que todo o dia vinha com um vídeo produzido por eles, de três minutos e quarenta segundos, para encaixar num espaço de 30 segundos. Até que resolveram refazer o vídeo, que contava que o Zamor era o filho do cerrado e vinha cumprir a profecia de Dom Bosco, que um homem culto ia governar a região, etc.

Foram para uma biblioteca, mas ao invés de folhear o livro, o Zamor ficava virando ele de cabeça para baixo e voltando à posição normal, com o ar mais culto que conseguiu".

**Benjamin Sicsu (Lontra):** "Foi em São Luís, mas tem a ver com Brasília. No começo da campanha do Jackson Lago, a gente não tinha ilha de edição lá e era obrigado a mandar as fitas para editar aqui. Na hora de mandar de volta, a gente ia para o aeroporto e pedia para os políticos que estavam indo para S. Luís levar a fita. Só que muitas vezes eram adversários do Lago, correligionários do Sarney que levavam a munição contra ele".

**Normando Parente (Jornalismo Eletrônico):** "A gente tava gravando com o pastor Doriel de Andrade, e ele tava de pernas abertas, usando uma calça folgadona. Eu olhei no monitor e avisei, pastor, se eu mostrar esse volume todo ou o senhor perde a eleição ou ganha com vantagem grande. Ele morreu de rir, enquanto os partidários dele, todos crentes, saíam dizendo que eu era um enviado de Satã".

**Fernando Kerr (TV Brasília):** "Nos primeiros dias, o horário era transmitido lá da TV, e o que pintou de candidato que entrava no ar e não sabia, tinha 30 segundos para falar e passava 20 segundos olhando para a câmara com cara de pateta. Teve um juiz do TRE que, após um bate-boca com uma mulher do PCB, saiu decidido para a mesa de corte e foi com tudo no vidro que estava no caminho. Todo mundo queria rir e não podia. E o Norair Mendes e um outro candidato não chegaram a um acordo sobre quem entrava, quem não entrava, resultado: gastaram o horário discutindo".