

Eleição é guerra. Ele fabrica munição.

Especialista em marketing político, Kuntz coloca seu arsenal à disposição dos candidatos. As armas vão desde comícios eletrônicos até serviços de contra-informação.

Com regras dignas da melhor guerra suja e a última palavra em armas eletrônicas, Ronald Amaral Kuntz, um ex-industrial que se especializou em marketing político, está oferecendo seus serviços a presidenciáveis e políticos em geral. Uma de suas regras, constante de um livro que está para lançar, reza: "Cuidado com tudo o que disser publicamente: lembre-se de que um dia alguém tentará usar suas palavras contra você mesmo". E é baseado em sua própria advertência que Kuntz oferece um de seus serviços a presidenciáveis: o de informação e contra-informação.

É simples: onde cada presidenciável for, haverá um agente da Brasmart (a firma de assessoria fundada por Kuntz) com um gravador. Se o candidato disser a um grupo de bóias-frias que é a favor da reforma agrária, e mais tarde manifestar-se contra ela num encontro com gente da UDR, a contradição estará gravada. E será devidamente explorada. "Você demonstra a inconsistência do candidato e o destrói", acredita Kuntz.

Outro serviço é o de **video-clipping**: tudo o que o candidato disser na televisão, ou alguém falar sobre ele, será gravado. "Se ele escorregar, mostramos isso para o País". Tecnicamente, essa transmissão nacional, simultânea, só será possível se o presidenciável cliente de Kuntz (até agora houve sondagens, mas nenhum deles fechou negócio) contratar também o sistema de televoto. Ou seja, a transmissão do teipe ou de comícios ao vivo, via satélite, alimentará telões espalhados em inúmeros municípios, de vários Estados.



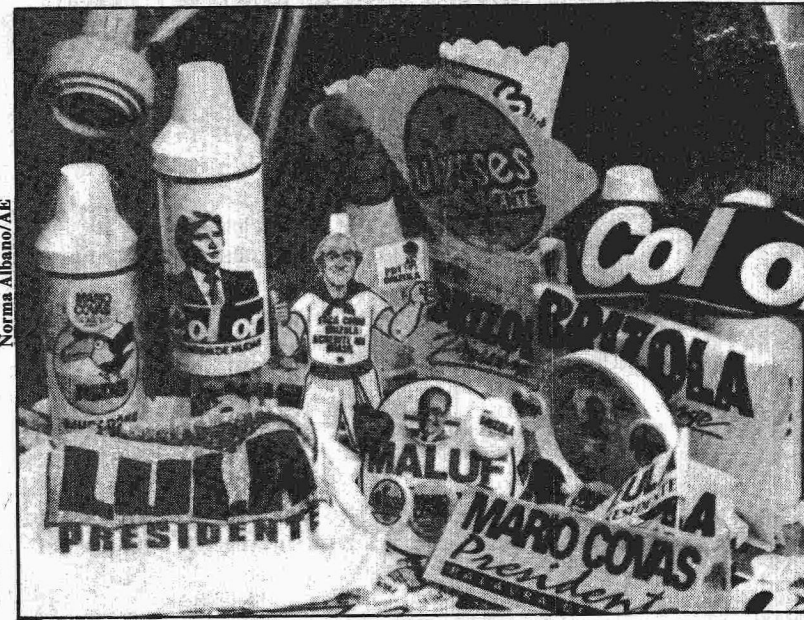
Kuntz: um serviço especial, para fabricar ou destruir candidatos.

Só o aluguel do satélite, da Embratel ou o Panansat, dos Estados Unidos, uma hora por dia, custaria de hoje até 15 de novembro dois milhões de dólares. Mas as vantagens, diz Kuntz, são imensas: "Num país com 4.200 municípios como o nosso, você multiplica o candidato por 50. Ou: 'Em quatro dias, o candidato faz a varredura de um Estado como Santa Catarina inteiro'. É lógico que nesse 'comício eletrônico' o público (que poderia ser reunido em praças ou ginásios) veria em carne e osso os políticos locais, e depois, no telão, os shows de artistas e a fala do candidato, vindos de outra parte do País. E nos dias sem comício, uma transmissão reservada pode passar instruções ao pessoal da campanha, sobre boca de urna, fiscalização, etc.

Um outro serviço é o tele-

marketing. Um computador ligado ao sistema telefônico pode receber até 40 ligações simultâneas por segundo. Funciona assim: o partido do candidato faz, na televisão, um apelo para que os eleitores contribuam para a campanha. Estes então ligam para um dos números de telefone dados. O de final um (por exemplo) significa que a contribuição será de cinco cruzados novos; final dois, dez cruzados novos, e assim por diante. Quem liga não ouve e não precisa falar nada. O sistema registra o número de onde veio a chamada, ele é listado pelo computador e o comitê manda o carnê para o eleitor. "Há muita gente que quer colaborar, mas não tem paciência de ir até o banco depositar em determinada conta", diz Ronald Kuntz.

Os candidatos, em geral, independentes de partido ou cor po-



O "supermercado eleitoral": sem ideologia.

lítica, podem também servir-se de um democrático "supermercado eleitoral", que oferece de paliteiros a adesivos e faixas — uma variedade do chamado material de suporte onde convivem, pacificamente, nomes como Brizola e Collor.

Elementos de força

Ronald Kuntz e seu sócio e primo Sidney Kuntz perderam algumas eleições e ganharam outras, nestes oito anos. Ajudaram a eleger Amazonino Mendes governador do Amazonas, e Carlos Bezerra, do Mato Grosso, por exemplo. Coordenaram comícios e materiais de Tancredo Neves. A principal derrota, para eles, foi a de João Carlos Lorenzetti, usineiro que perdeu por 12 votos, no ano passado, a prefeitura de Lençóis Paulista, no interior de São Paulo. "Ele não quis nos deixar usar os elementos de força que

tinha", diz Ronald Kuntz. Essa força consistia em demitir os funcionários da usina que trabalhavam para outros candidatos.

Em eleições, guerra é guerra. Isto Kuntz não escreveu, mas transparece em cada uma das 170 sugestões de "como administrar, manter e ampliar o poder" que ele mandou, como colaboração, aos governadores de Estado no ano passado. Esse conjunto de regras, acredita ele, pode ajudar também os presidenciáveis.

Os 170 itens foram revistos e atualizados (e alguns amenizados) para compor o livro a ser lançado brevemente. Um deles, o 22º, dizia: "Deixe seus principais aliados 'complementarem' suas rendas através das máquinas para as quais você os tenha designado. É uma forma de torná-los mais dependentes e comprometidos com você". No 25º, Kuntz propu-

zou aos governadores estes métodos para impedir o amadurecimento de forças que não os incluíam: "Coopte, corrompa (...)". Estas passagens foram atenuadas — em lugar de "corrompa" entrou "alície" — mas o espírito foi mantido.

Kuntz resume sua obra assim: "O que está aí são situações reais na vida de quem exerce o poder. Como observador e analista das relações do poder com a sociedade, fiz uma série de constatações que resultaram nesses conselhos. Eles se baseiam em fatos e comportamentos que deram certo ou errado". Mas essas regras não ferem, no mínimo, a ética? Kuntz responde com a número 203: "Cuidado com a palavra ética. Você verá que ela será sempre usada pelos que não a têm, para pressioná-lo a agir em benefício deles, contra os interesses comuns".

Quanto à sua complacência com as atitudes que propõe, pode-se buscar a resposta no "Manual de Campanha Eleitoral", que Kuntz publicou em 1986 e está na terceira edição: "Não cabe ao profissional de **marketing** político, como mero operador desse importante instrumento de apoio, tecer considerações sobre aspectos morais das práticas ou costumes desse mercado. Mas sim compreender as regras do jogo e dançar conforme a música, enquanto formula uma estratégia que lhe permita 'roubar' o equipamento dos músicos e dominar o ritmo".

Se o ritmo não for bom, desprende-se, quem dança é o candidato.

Valdir Sanches