



Cesar Diniz/AE

Hartwig: candidato não pode ser gerente de campanha

Vencedor de Pinochet dá lição de política

O candidato a presidente da República não deve ser o gerente de sua própria campanha, ensinou ontem o especialista norte-americano Frederick Hartwig, da Peter D. Hart Research Associates, Inc., de Washington. Durante a última década, a empresa fez pesquisas para mais de 200 candidatos vencedores de várias eleições. Entre seus principais clientes estão Hubert Humphrey, Edward Kennedy, Jay Rockefeller e Walter Mondale. Durante mais de um ano Hartwig participou do plebiscito chileno de 1988, orientando a formulação da estratégia dos partidários do "não", que derrotou o presidente Augusto Pinochet.

Hartwig esteve no Brasil

para participar de um seminário patrocinado pelo Estado e o Ibope. Participante das últimas eleições presidenciais norte-americanas, Hartwig ensinou que "a propaganda de 30 segundos tem de ser muito eficiente, porque estamos concorrendo com grandes anunciantes como a Toyota e a Coca-Cola", alertou. Nos Estados Unidos, destacou, os símbolos são parte essencial de qualquer campanha, até porque lá "o cargo presidencial é um símbolo americano". Os mesmos métodos de pesquisa de marketing eleitoral nos Estados Unidos servem para o Brasil, explicou Hartwig: "Em qualquer lugar do mundo as pessoas têm necessidades, temores e esperanças".