

PT buscará confiança da classe média

JOÃO AURÉLIO DE ABREU
Enviado Especial

São Paulo — “Nós vamos radicalizar nossa posição em defesa dos pobres e dos marginalizados, vamos dizer com mais ênfase que essa eleição é uma briga entre os pobres e ricos e deixar bem claro que a classe média não será incluída entre os ricos e poderosos”, disse ontem o coordenador da campanha do PT, Wladimir Pomar, ao definir a estratégia de propaganda política que está adotada no segundo turno pelo candidato da Frente Brasil Popular, Luiz Inácio Lula da Silva.

Ele disse que a mensagem do candidato deixará claro que “o interesse da Frente é dar ao trabalhador as mesmas condições de vida que tem um representante da classe média. Ninguém pode ser contra isso”. Pomar explicou que pedirá a militância que passe a trabalhar imediatamente na rua, mas sem encorajar atitudes radicais como a invasão de repartições públicas — como a que ocorreu em Brasília, quando funcionários públicos invadiram o gabinete do ministro da Fazenda, Mílson da Nóbrega — “isso só atrapalha a campanha”, comentou Pomar.

A campanha, em seu primeiro turno, custou aos partidos da Frente cerca de seis a sete milhões de cruzados novos. Ele acredita que para o segundo turno deverá necessitar de mais cinco milhões de cruzados novos. Por enquanto, a principal dificuldade é conseguir material de campanha. Em menos de três dias, todos os **bottons**, panfletos, livros e camiseta, que estavam à venda no comitê de Lula foram vendidos.

Na previsão do deputado José Dirceu, outro coordenador de campanha, o partido deverá confeccionar para distribuição em São Paulo cerca de 800 mil jornais de campanha. Os fotolitos serão encaminhados para todos os diretórios do PT, para que sejam reproduzidos. Ele espera assim, atingir a marca de três milhões de exemplares em todo o território nacional. Se-

ARQUIVO



Wladimir Pomar: preparando a nova mensagem para a televisão

gundo Pomar, esses panfletos deixarão claro que a “classe média não perderá nada do que ela possui, porque vamos ampliar o seu poder de compra”.

Ele afirmou ainda que os sindicatos, prefeituras e Igreja como instituição não estão fazendo campanha para o PT. “Como instituições até podem discutir e apresentar os dois programas de governo dos candidatos que estão no segundo turno, mas não engajamento efetivo na campanha”, explicou.

Com relação aos comícios, o deputado José Dirceu informou que eles serão um total de 20 — metade do que havia sido anunciado anteriormente. A proposta é dar prioridade às gravações de televisão, debates, geração de fatos políticos e realizar atos públicos em locais que sejam considerados regiões prioritárias e que possam ter um simbolismo para caracterizá-los como acontecimentos relevantes. Mesmo assim, serão incentivadas manifestações públicas sem a presença do candidato. Segundo ele, essa estratégia foi utilizada com sucesso pelos candidatos do PDT, Leonel Brizola, PSDB, Mário Covas e PRN, Fernando Collor. A Frente espera conseguir os mesmos resultados.

Os programas de televisão

deverão ter a suas gravações iniciadas hoje. Serão mantidas as vinhetas da **Rede Povo** e o jingle Lula-lá, que tiveram muito sucesso. Em princípio os estúdios estarão abertos para receber os políticos que se integrem à Frente, como Mário Covas ou Brizola para que eles expressem o seu apoio a Lula. O roteiro ainda está para ser definido. Ele poderá dar prioridade para os pronunciamentos dos candidatos, como também explorar as cenas das manifestações públicas promovidas pela Frente Brasil Popular.

Dentro da estratégia da campanha, os principais coordenadores da política econômica do programa de governo da Frente discutiram ontem a possibilidade de Lula participar de um debate com os representantes do Fórum das Pequenas e Médias Empresas, que está sendo realizado em São Paulo. Segundo Max Altman — diretor da **Scritta** Editoração Eletrônica — cerca de 500 empresários de São Paulo, Rio de Janeiro e Paraná estão dispostos a dar o seu apoio político a Lula. Segundo Altman estes empresários entendem que a proposta do PT é elevar o padrão de vida do assalariado, com isso, ele acredita que os empresários poderão vender mais e obter melhores lucros.