

Manual orienta tucanos

Cartilha dá dicas de marqueteiro a candidato do PSDB

ILIMAR FRANCO

BRASÍLIA. — Invada o reduto eleitoral de seus adversários. Na televisão, não use argumentos, pois televisão é sucessão de imagens. Nunca diga o quanto você é formidável, mas o que você vai fazer em benefício do eleitor. Faça reuniões com o eleitorado feminino sempre acompanhado de sua mulher. Essas são algumas das instruções do Manual de Marketing e Campanha que a direção nacional do PSDB está enviando aos candidatos que vão disputar as eleições de outubro.

O manual, de 28 páginas e elaborado pelo publicitário Sérgio Arapuã de Andrade, também sugere uma padronização visual para comitês e material de propaganda. "Televisão é imagem, é só sucessão de imagens. Tudo é show, até a guerra... Sendo só imagem, não é o lugar para você argumentar, arrazoar, muito menos discursar", recomenda o livreto.

Segundo a receita do publicita-

rio, uma boa imagem do candidato na televisão vale milhões de votos. "Um candidato deve se vestir segundo a última moda eleitoral, com roupas em tons suaves, sem listras, e claras, se sua região é quente," prossegue o manual. "Não vá pôr fraque só porque hoje tem televisão", alerta o marqueteiro. Os candidatos também são aconselhados a não falar difícil.

A pesquisa é considerada fundamental para evitar que o candidato "fale de ervilhas quando o eleitor está louco para ouvir falar de batatas". O manual prossegue: "Se sua campanha não tem dinheiro para contratar um instituto de pesquisa, improvise conversando com empregadas domésticas, com comerciantes, radialistas, professores, colonistas políticos e mande sua filha e seu filho baterem papo com amigos de escola para descobrir os níveis de rejeição entre os jovens".

"Não acredite que o Bairro da Água Suja só vota no Joca. Vá lá conferir. Pode ser que só votem nele porque nunca ninguém foi lá oferecer um nome melhor. Como o seu, por exemplo", incentiva, lembrando que "ganha mais votos quem gastar mais sola de sapato percorrendo sua região".

A cartilha lembra ainda a necessidade de discurso específico para as mulheres. "Com a mulher é imprescindível o contato social primário", ressalta. Recomenda que, nas reuniões em casa de eleitores, os candidatos estejam acompanhados das respectivas mulheres e se apresentem como maridos atenciosos, porque "a mulher influencia a opção eleitoral da família".

O rádio é considerado instrumento ideal para massificar o nome e o número do candidato, principalmente no horário da manhã, quando é maior a audiência. O manual ensina como se faz um bom discurso radiofônico: "Comece com algo estrondoso, entusiasmado, que acorde a platéia (...) A segunda parte deve desenvolver o ponto de seu programa que satisfaça o auditório (...)".

Para finalizar, a técnica é: "Você vai elevando a voz, cada vez mais retórico, mais empolgado, reforçando o ponto principal de sua fala. E aí, então, você termina sempre com três palavras, três conceitos". O manual dá exemplos: "Para o bem da nossa cidade, nosso estado e nosso Brasil" e "Para garantir melhor a vida para seus filhos, sua família e todos os brasileiros".