

Lula usa símbolo da mão contra FHC

04 JUL 1998

CORREIO BRAZILIENSE

São Paulo — Quatro anos depois de ter sido derrotado por Fernando Henrique Cardoso, o petista Luiz Inácio Lula da Silva vai tentar a revanche utilizando também o símbolo da mão, que o então candidato do PSDB mostrou na propaganda de televisão em 94.

Nos seus dez minutos diários na propaganda na TV (menos da metade do que terá Fernando Henrique), Lula vai cobrar as promessas feitas pelo presidente, simbolizadas pelos cinco dedos: saúde, educação, agricultura, emprego e segurança.

Mas o grande desafio de Lula, ressaltam coordenadores, será mostrar ao eleitor que tem competência para administrar. Para isso, mostrará na TV que boa parte das propostas de governo já foi executada por administrações petistas.

A preocupação de Lula e de sua equipe de campanha é justamente com a imagem. Com a ajuda de três produtoras de TV (PG, de Campinas; Toni Cotrim, de São Paulo, e Casa de Cinema, de Porto Alegre) a coordenação petista quer fazer uma propaganda criativa, usando as propostas do PT para a área social, que eles consideram o calcanhar-de-aquiles do governo.

“O objetivo é mostrar que temos competência e experiência para governar, além de propostas concretas. Mas não faremos programas formais, tradicionais. A criatividade é muito importante para que os telespectadores não se desinteressem e acabem recorrendo às TVs a cabo”, disse o coordenador de comunicação da campanha, Ozéas Duarte. Ainda não está decidido se Lula vai aparecer ao lado do vice Leonel Brizola (PDT).

O comando da campanha de Fernando Henrique deverá concluir só na semana que vem o modelo do programa de TV do presidente. Está

marcada para o dia 15 a gravação do primeiro piloto, mas o teste poderá ser antecipado para o próximo fim de semana. O estúdio da produtora GW Comunicação, onde o presidente deverá gravar boa parte de seus programas, ainda está sendo construído. Só ficará pronto na semana que vem.

PROGRAMA

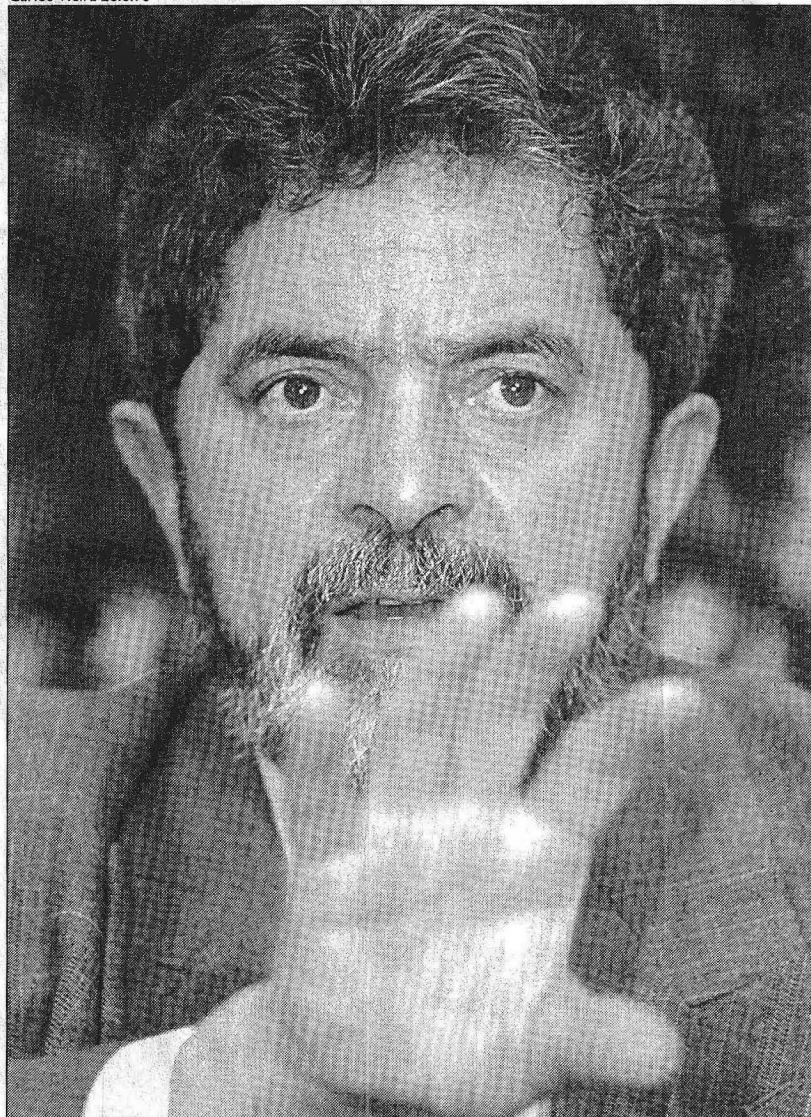
Na quarta-feira, quando esteve no comitê de campanha de Fernando Henrique, o publicitário Nizan Guanaes, da agência DM-9, sequer tinha escolhido as cores da campanha.

Como o programa eleitoral gratuito vai ao ar em 19 de agosto, o comando de campanha do presidente investiu em outras prioridades, como a composição de palanques nos estados. Além das dificuldades na montagem dos palanques estaduais, as dúvidas jurídicas também atrasaram a idealização do programa: até a semana passada, o comando não sabia como poderia ser a participação de Fernando Henrique na propaganda de aliados não formalmente coligados com o PSDB.

O comando da campanha vai apostar em reportagens pelo país, exaltando obras da administração federal. Deverão ser montadas cinco equipes exclusivamente para filmagens externas. Fora o jingle — que, gravado por Dominginhos, repete o refrão “Levanta a mão”, da campanha passada — poucas coisas foram escolhidas. No comitê de campanha ninguém se arrisca a adiantar se a mão (com cada um de seus dedos representando uma prioridade) voltará a ser a marca desta eleição.

Apesar de ministro da Fazenda no governo Itamar e ex-governador do Ceará, Ciro Gomes não é um nome conhecido pelo eleitorado. Por isso, tendo um tempo curto de propagan-

Carlos Vieira 26.6.98



Luiz Inácio Lula da Silva usa a mão para mostrar propostas do seu partido

da, menos de três minutos, ele será figura central, com seu perfil e feitos. Seu publicitário é Einhart Jacome da Paz, que criou a idéia da mão apresentada por Fernando Henrique em 94.

No horário eleitoral, Ciro vai dizer que a polarização entre Fernando Henrique e Lula é falsa. A espe-

rança dele está depositada justamente no horário eleitoral, única oportunidade que terá para que o eleitorado o conheça.

Ciro também pretende usar a propaganda para criticar os adversários.

■ Leia mais sobre eleições 98 nas páginas 10 e 11