

Lula já tem slogan de campanha

Belo Horizonte – Cristiano Machado/Hoje em Dia

■ Idéia é apresentar petista a eleitor como “o candidato que mais conhece o Brasil”

GEORGE ALONSO

SÃO PAULO – Os coordenadores da coligação União do Povo – Muda Brasil, escolheram o slogan O Brasil que conhece o Brasil, que aparecerá impresso, junto com o logotipo a ser apresentado hoje, nos panfletos do seu candidato a presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva (PT), e dos candidatos dos partidos aliados.

O slogan segue a linha definida pela cúpula petista no último programa do horário partidário, transmitido dia 28 de junho pela televisão. A idéia é mostrar aos eleitores que Lula é o candidato que mais andou pelo país nos últimos anos, com suas Caravanas da Cidadania. E por isso teria maior conhecimento dos problemas do país que o presidente Fernando Henrique Cardoso.

As agências de publicidade Toni Cotrim e PG Propaganda, de Eduardo Godoy, já preparam outdoors e outras peças publicitárias com o slogan da campanha. As fotografias mostrarão Lula sempre sorridente, para tirar do candidato qualquer vestígio que lembre a imagem de militante carrancudo do passado.

O PT quer também evitar o chamado “efeito Sebastião Salgado”, numa referência à crueza das imagens de brasileiros pobres registradas pelo conhecido fotógrafo. Assim, quando os programas do horário gratuito tratar, por exemplo, de educação, serão exibidas no vídeo crianças bonitas, sem a antiga “adoração à miséria”.

O publicitário Toni Cotrim tem repetido que a proposta é fazer uma campanha “para cima e propositiva”, e apontar que, na prática, Lula não é a encarnação do atraso. Cotrim duvida que Fernando Henrique faça uma campanha “pela negação de Lula”. Na avaliação de Cotrim, essa seria uma postura defensiva de Fernando Henrique.

Além das agências Toni Cotrim e PG, vão participar da campanha da frente que apóia Lula a produtora Goa, da Bahia, do publicitário Giovanni Almeida, e a Casa de Cinema, de Porto Alegre, que deve trabalhar como produtora auxiliar. A Casa de Cinema, além de realizar os comerciais, vai produzir peças que devem ser embutidas no horário gratuito como documentários.

Embora o comando da campanha de Fernando Henrique tenha anunciado que adotará a estratégia d e carimbar a candidatura de Lula como um retorno do país aos anos 50, os petistas não acreditam que o slogan da campanha do presidente

seja, como se divulgou, O Brasil não pode dar marcha a ré. O PT acredita que essa imagem será usada por Fernando Henrique apenas em peças publicitárias destinadas a eleitorados específicos.

A tematização semanal da campanha também foi definida pelo comando petista e deve incluir a participação dos candidatos a governador. A proposta é polemizar, a partir da próxima semana, em torno de cinco assuntos: agricultura e reforma agrária; saúde; emprego; juventude-educação-cultura; e política industrial e desenvolvimento.

Por meio da tematização, a coligação que sustenta o candidato do PT pretende mostrar aos eleitores que há recursos para aplicar sua plataforma e que o governo Fernando Henrique está assumindo novas bandeiras, sem ter cumprido as promessas feitas na campanha de 1994.

“Esta campanha é curta. Se o governo pensa que não queremos debater de onde vamos tirar verbas para aplicar nosso programa, o governo está iludido”, disse o presidente do PT, José Dirceu.

Televisão – A televisão terá papel fundamental na discussão dos problemas nacionais, segundo os estrategistas da campanha de Lula. Os petistas acreditam que os esforços devem concentrar-se no eleitorado dos grandes centros urbanos e cidades médias. No final da campanha serão realizados de quatro a cinco grandes comícios.

A coligação oposicionista terá direito a um total de 10 minutos e 8 segundos diários no horário gratuito de televisão. O tempo será dividido em dois programas de 5 minutos e 4 segundos.

Lula deve vincular sua agenda a alguns movimentos sociais, como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), a Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (Contag) e a Central Única dos Trabalhadores (CUT). O candidato petista estará presente nos atos públicos programados pelo MST para a campanha eleitoral. No dia 3 de agosto, os sem-terra partirão do interior de 23 estados rumo às capitais, onde promoverão em 7 de setembro as manifestações do Grito dos Excluídos.

Segundo o MST, a meta é mobilizar 100 colunas de sem-terra que deverão se deslocar em 23 estados, percorrendo a pé o equivalente a uma distância de 40 mil quilômetros. Com as marchas, o movimento pretende levar a candidatura de Lula a 2 mil dos 5.508 municípios do país.

