

Campanha de Lula deixa estrela do PT de lado

Peças publicitárias trocarão o vermelho pelas cores da Bandeira Nacional, exibirão um candidato sorridente e vão recorrer ao slogan "O Brasil que conhece o Brasil"

VERA ROSA

Sai de cena a estrela vermelha do PT e, no seu lugar, entram as cores verde, amarelo, azul e branco, numa estilização da Bandeira Nacional. Ao contrário das eleições de 1989 e 1994, o slogan da campanha de Luiz Inácio Lula da Silva à Presidência desta vez aparece ao lado de um candidato sorridente: "O Brasil que conhece o Brasil." Na logomarca petista, até mesmo a faixa branca da bandeira, no meio do céu estrelado, foi posta para cima, imitando uma boca sorrindo. Tudo definido com base em pesquisas.

A idéia é mostrar que Lula conhece muito mais o País do que o presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB), candidato à reeleição. Depois de realizar uma série de entrevistas com eleitores, o comando da campanha de Lula

acredita ter encontrado uma forma de diminuir a rejeição ao petista. Por isso, optou por ressaltar que ele defende os interesses nacionais — e, na mesma proporção, a estabilidade econômica — ao usar as cores da bandeira na propaganda. Elas também estarão presentes no comitê central de Lula, que será inaugurado na terça-feira, em São Paulo.

Agora, o vermelho do PT só aparece no número da candidatura, o 13. "A crítica estará presente, mas vamos fazer uma campanha afirmativa, bem-humorada e com propostas, dizendo claramente o que pretendemos", afirmou o coordenador de Comunicação do PT, Ozeas Duarte. Para o assessor de propaganda José Américo, as pesquisas indicam que esta eleição não será plebiscitária como a de 1994, com uma disputa tão acirrada em torno do Real. "As bandeiras sociais serão mais lembradas e

estarão em jogo outras propostas, sonhos e esperanças", observou.

CUT — A Central Única dos Trabalhadores (CUT) decidiu ontem apoiar formalmente a candidatura de Lula. Presidida por Vicente Paulo da Silva, o Vicentino, a CUT tem 3 mil sindicatos filiados, que representam 19 milhões de trabalhadores. O Movimento dos Sem-Terra (MST) e a Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (Contag) também dão aval a Lula e já estão organizando manifestações populares, com o objetivo de ajudá-lo.

Na tentativa de contrapor-se ao slogan tucano "Avança Brasil" e de carimbar Fernando Henrique como um presidente que se preocupa mais com números do que com as questões sociais, a cúpula do PT

resolveu mostrar "o povo" nas peças publicitárias e nos programas do horário eleitoral gratuito.

"A gente quer emprego", sustenta um dos cartazes assinados pela coligação União do Povo — Muda

Brasil (PT, PDT, PSB, PCB e PC do B), com a foto de um trabalhador. "A preocupação é com as pessoas e seus rostos vão aparecer", disse o publicitário Toni Cotrin, diretor-geral de criação da campanha. "Os brasileiros não são só números nas estatísticas: têm nome, endereço e R.G."

Além do emprego, as peças publicitárias abordarão temas como educação, saúde, reforma agrária e agricultura. No horário eleitoral da TV, que começa no dia 18 de agosto, a frente de esquerda ocupará 10,8 minutos, divididos entre os períodos da manhã e da noite.



CUT DECIDE
OFICIALIZAR
APOIO À
CANDIDATURA