

Campanha de TV retoma tema social com mais ênfase

Equipe tenta acertar rumo da propaganda mostrando que crise não pode ser resolvida por quem a criou

A equipe responsável pelo programa de televisão do candidato do PT à Presidência, Luiz Inácio Lula da Silva, está quebrando a cabeça para acertar o rumo da propaganda. Durou apenas dois programas, por exemplo, a estratégia de dar menos destaque aos temas sociais enquanto se abordava a crise financeira mundial e os seus reflexos no Brasil. Não sem motivo: com base em pesquisas qualitativas, o comando da campanha chegou à conclusão de que, para “traduzir” a turbulência nos mercados internacionais, é preciso associá-la ainda mais ao social.

“Vamos voltar a falar desses temas com mais intensidade porque constatamos que a população já está compreendendo o que é a crise e o principal, agora, é mostrar o candidato mais preparado para enfrentá-la”, afirmou o coordenador de Comunicação da campanha, Ozéas Duarte. O PT vai apostar no bordão “quem criou a crise não é capaz de tirar o País dela”, em nova tentativa de responsabilizar o presidente Fernando Henrique Cardoso pelo fato de o vendaval financeiro ter atingido o Brasil.

Economistas, intelectuais e cientistas políticos respeitáveis, que fazem parte do conselho político da campanha petista, vão aparecer na propaganda de Lula, recomendando o voto no candidato. “Estamos procurando fazer com que o programa seja o mais emocional possível, mas a campanha pela Presidência, de um modo geral, está fria”, observou Duarte.