

Eleitor pediu respostas para a crise

O conteúdo das 350 mil ligações recebidas pela central de telemarketing do comitê da reeleição serviu de base para as decisões dos assessores do presidente Fernando Henrique sobre a linha adotada nos programas de televisão e a direção de toda a campanha. Mais de cem atendentes trabalharam 24 horas diárias durante os 45 dias de propaganda, encerrada na quinta-feira, ouvindo sugestões e conhecendo o que pensa o eleitorado brasileiro. Todas as informações obtidas pela central de atendimento eram repassadas instantaneamente às diversas áreas de coordenação do comitê.

No momento mais turbulento da campanha, quando explodiu a crise na Rússia, no início de setembro, o comitê recebeu 10% a mais do número normal de ligações. Os eleitores que-

riam saber quanto tempo a crise duraria, se haveria aumento de impostos e ainda se perderiam o emprego. As mensagens deixadas pelos eleitores no serviço de telemarketing, associadas às pesquisas qualitativas realizadas também pelo comitê, mostraram que o eleitor estava cobrando uma resposta do Presidente-candidato.

Esse levantamento influenciou diretamente no pronunciamento feito pelo Presidente há duas semanas, quando ele anunciou que seriam necessárias medidas duras para conter os efeitos da crise. No mês de agosto, o comitê recebeu sugestões que foram estudadas e, em alguns casos, incorporadas ao documento com as propostas do candidato para mais quatro anos de governo.

No dia 22 de setembro, as consultas chegaram ao número

recorde de 15 mil ligações. A expectativa do coordenador de informática, Paulo Milet, era de que as ligações chegassem a 250 mil. Esse número foi superado em 75 mil. Ao acessar o serviço de telemarketing, o eleitor era atendido pelo sistema automático, que lhe oferecia opções como aprender a votar ou falar com a atendente. A opção para ouvir uma mensagem gravada do Presidente foi a mais acessada. Oitenta mil pessoas ouviram Fernando Henrique falar das propostas para mais quatro anos de governo.

Cerca de 30 mil pessoas ligaram para pedir material de campanha. Outras 30 mil pediram cópia do programa de governo. Cento e setenta mil pessoas foram cadastradas, com nome e endereço, no sistema de informática do comitê.

Além do telemarketing, a campanha também abriu canal de comunicação com o eleitor através da Internet. De 18 de agosto a 1º de outubro, foram 80 mil acessos ao site do candidato. A maioria das questões eram sobre educação e emprego.

Eleitores de 600 cidades visitaram o site. As consultas vieram em sua maioria de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Distrito Federal. O tema das reformas também foi bastante abordado pelos eleitores, principalmente depois do pronunciamento do Presidente dizendo da necessidade de promover mudanças na Constituição. Seguindo a determinação da legislação eleitoral, o serviço de telemarketing foi desativado. As atendentes trabalharão a partir das 17h de amanhã na totalização de votos. (G.M. e J.B.)