

Tema regional dominará eleição de 2000

Sebastião Pedra

Nas disputas municipais do ano 2000, os candidatos devem manter a temática regional para conquistar o eleitor, que estará cada vez mais "sofisticado, cético e pragmático", aconselhou aos tucanos, durante a convenção do PSDB, ontem, o professor Antônio Lavareda, proprietário da MCI Marketing Institucional, empresa que auxiliou a última campanha do presidente Fernando Henrique Cardoso.

"Vai quebrar a cara quem tentar nacionalizar a disputa", avaliou, afirmando que as escolhas dos futuros prefeitos estará dissociada da avaliação do Governo federal. "As agendas municipais devem conter a temática social regional: saúde, educação e emprego", explicou.

O deputado tucano Márcio Fortes (PSDB-RJ) acredita, no entanto, que não é possível ao partido desprezar o uso da imagem do presidente Fernando Henrique Cardoso, principal estrela do PSDB hoje, nas disputas municipais. "O que nós

vamos demonstrar é que a nossa ação no Governo federal está melhorando o dia-a-dia das populações", argumenta. "Eu tenho absoluta convicção que nós vamos transformar um ganho nacional em ganho municipal".

Fortes não se rende nem mesmo diante da baixa popularidade do Presidente, que ele acredita será revertida no próximo ano. "Vai mudar", defende. "E o que temos de mostrar é que cumprimos o compromisso de promover a transformação do País".

O trabalho dos candidatos a prefeito do PSDB e dos demais partidos, no entanto, não será fácil. Eles vão ter de usar muita persuasão para conquistar os eleitores, que estão cada vez mais exigentes. "O eleitor brasileiro já passou por dez processos eleitorais e está mais exigente devido ao aprendizado adquirido", explicou o professor Lavareda. Ele acredita que o eleitor irá votar retrospectivamente, avaliando o passado



Lavareda aconselha os novos candidatos a usarem a Internet

do candidato e votando como investimento "em relação ao futuro de sua comunidade".

Por isso, os eleitores não estarão dispostos a aceitar novos nomes na política brasileira, diz o professor, preferindo votar em candidatos que

já têm uma história consolidada e estão tendo maior visibilidade, por ocuparem algum cargo público. "Por isso, os candidatos que não ocupam cargos precisam fazer pré-campanhas, preparar mais cedo as candidaturas", recomenda. Ele argu-

menta ainda que os candidatos das eleições de 2000 não devem se basear em pesquisas nacionais. "Os dados de pesquisas deste momento não têm nenhuma serventia para a elaboração de um plano de ação", afirma Antônio Lavareda.

As novas tecnologias também terão papel importante na corrida municipal. O professor recomenda o uso de outros veículos de comunicação como a internet que, segundo ele, "será um meio fundamental para mobilizar voluntários e fundos para a campanha", desde que não seja utilizada somente como "folder eletrônico", a exemplo do que fazem muitos candidatos. Ele sugere ainda a utilização de mala-direta - que tem sido subutilizada no Brasil -, do telemarketing orientado e do geoprocessamento (um conjunto de informações de pesquisas e censos) para se comunicar com o eleitor.

HELAYNE BOAVENTURA

Repórter do JORNAL DE BRASÍLIA