



A camiseta de Lula, o caminhão de Jânio, o cartaz de Brizola, o out door de Afif: candidatos usam todos os recursos para conquistar o eleitor

Itamar Miranda/AE

Campanha presidencial chega às ruas

MARIO COVAS
Presidente
PALAVRA DE HONRA

MARIO COVAS
PRESIDENTE
SOMANDO ESPERANÇAS

MARILENA DÊGELO

Em abril, os dois candidatos dos extremos ideológicos na sucessão presidencial — o ex-prefeito Jânio Quadros, do lado conservador, e o deputado Luiz Inácio Lula da Silva, pela esquerda — darão o impulso inicial da campanha. No dia 1º os petistas mostrarão todo o material — de camisetas a buttons — produzido pelos diretórios regionais do partido na Praça da Paz, no Parque Ibirapuera. Os janistas, por sua vez, já preparam mais de dez tipos de peças promocionais, num total de quase um milhão de unidades, para serem distribuídos pelo País coincidindo com o retorno ao Brasil de seu candidato no início do mês.

Entre os artigos da campanha organizada pelo Movimento Popular Jânio Quadros, há desde os convencionais chaveiros e adesivos de carros até peças mais criativas como guarda-chuva, escova de dentes e preservativos. Tudo com o tradicional slogan nas cores verde, amarelo e azul: “O Brasil tem jeito... O jeito é Jânio”.

Independente dessa arrancada, os primeiros sinais da campanha da maioria dos presidenciais começam a aparecer nas ruas de vários pontos do País. Nos vidros dos carros — às vezes em outdoors, como em Curitiba e Vitória —, o nome do

virtual candidato do PSDB, senador Mário Covas, aparece estampado com a frase: “Palavra de honra”. Apesar de mais de 50 mil adesivos com este slogan já terem sido espalhados pelos estados, a coordenação central da campanha estuda a proposta do deputado Ronaldo César Coelho (PSDB-RJ) de promover um concurso nacional para escolher os novos temas e peças de propaganda.

Covas exigiu uma campanha o menos paulista possível, mas a criação do atual slogan é de um grupo de publicitários e profissionais de comunicação de São Paulo. César Coelho acredita que o concurso dará um caráter mais nacional ao partido e dinamizará a campanha.

TRIO ELÉTRICO

Mais rápido que os outros candidatos, com a experiência de 40 anos de vida pública, o ex-presidente da República Jânio Quadros contratou até um trio elétrico para a campanha. Alugado por NCz\$ 14 mil mensais o caminhão de som, decorado com luzes néon em azul, amarelo e verde, está quase pronto na garagem do Stúdio's Som e vai começar a circular nas próximas semanas pelas ruas de São Paulo.

Esperto, o candidato do PDT, Leonel Brizola, foi o primeiro a espalhar seus cartazes com a frase “Agora é Brizola” pelas principais cidades. Só a coordenação paulista do Movimento Nacional Leonel Brizola imprimiu e colou mais de 200 cartazes em pontos estratégi-

cos de São Paulo, como pilares do viaduto Minhocão na avenida Amaral Gurgel. Há ainda esquemas pouco ortodoxos de propaganda de rua prontos para surpreender, como um rolo compressor que vai imprimir o nome do candidato no asfalto.

O Movimento Nacional Leonel Brizola e a Frente Popular Democrática, que coordenam campanha do ex-governador do Rio de Janeiro pretendem, como o PT, vender as peças promocionais para arrecadar recursos. As camisetas e os bonés em vermelho e branco — produzidos nacionalmente em tiragens de cinco mil unidades — custam NCz\$ 4,00 cada. Na loja da rua Rego Freitas, em São Paulo, o Movimento Nacional Brizola está cobrando NCz\$ 1,00 por um button. Além disso, a campanha do presidente nacional do PDT tem dez tipos diferentes de adesivos de carro.

DEMAGOGIA

O coordenador do Movimento Popular Jânio Quadros, Wilson Pereira, considera demagogia dos candidatos de esquerda vender o material de propaganda eleitoral para formar fundo. Os 300 guarda-chuvas feitos por um janista de Uberlândia, em Minas Gerais, ao custo de NCz\$ 2,90, serão distribuídos gratuitamente logo que o candidato chegar ao Brasil. Um deles já foi entregue à mulher de Jânio, Eloá, quando Wilson e os publicitários da Agência S. Dib Associados estiveram em Istambul, na Turquia.

A campanha do ex-prefeito de São Paulo não esqueceu as tradicionais vassourinhas douradas, espécie de broche para prender na lapela. Todo material impresso contém três palavras-chave formando a sigla AMA: Autoridade, Moralidade e Austeridade. Um adesivo de carro com o desenho aprovado pelo candidato, mostra uma das colunas do Palácio do Planalto em amarelo, com o nome de Jânio escrito em cima na cor azul.

LIBERAIS

O candidato do PL, Guilherme Afif Domingos, anunciou sua candidatura em outdoors no final do ano passado. Agora, dois tipos de adesivos, num total de dez mil unidades, foram confeccionados e serão distribuídos nos próximos dias. Outro, com uma panela e uma enxada em amarelo cruzadas como o martelo e a foice do símbolo da revolução comunista, sairá nesta semana para marcar o tema principal da campanha, a agricultura. “Fome nunca mais”, estará escrito no adesivo.

AURELIANO

O ex-ministro Aureliano Chaves começou a mostrar no dia 7, em Belo Horizonte, onde sua candidatura foi assumida por parte do PFL, as primeiras peças promocionais da campanha. Dois tipos de adesivos divulgam os slogans: “Para Presidente Aureliano — A voz de Minas com Energia” e “Aureliano — Presidente — PFL”. Deste último, há cinco mil unidades confeccionadas nas cores verde e amarelo.

Itamar Miranda/AE

Adesivos de Covas e Aureliano: mensagem otimista