

POLÍTICA

ELEIÇÕES 2006

Alckmin aposta na propaganda eleitoral

Tucano joga todas as fichas no horário gratuito no rádio e TV para virar o cenário atual

MARCOS SEABRA
SÃO PAULO

Hoje, com o início da campanha eleitoral por rádio e televisão, o candidato da aliança PSDB-PFL, o ex-governador Geraldo Alckmin, joga as suas últimas fichas para subir nas pesquisas de intenção de voto e provocar um segundo turno na eleição de outubro. Segundo especialistas, o tucano precisa ganhar pelo menos 5% dos votos de mais de 125 milhões de eleitores brasileiros. Ao mesmo tempo, Alckmin terá que fazer o seu principal adversário, o presidente e candidato à reeleição, Luiz Inácio Lula da Silva, perder o mesmo número de pontos.

O analista político da **Tendências Consultoria Integrada**, Rogério Schmitt, acredita que Alckmin tem tempo suficiente para, pelo menos, levar a disputa para o segundo turno. "É certo que até hoje, desde 1989, o candidato que estava à frente (nas pesquisas) em agosto, no início das campanhas pelo rádio e televisão, ganharam a eleição, isto é, não houve viradas", lembrou. Mas, ainda de acordo com Schmitt, esta será apenas a quinta eleição e não se pode dizer que isso seja uma regra.

Já para o professor Venício Lima, do Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política da Universidade de Brasília (UnB), em entrevista à Agência Brasil, a maioria dos eleitores define o voto antes do início da transmissão dos programas. Ele acredita que as propagandas de rádio e televisão podem não ter uma influência decisiva na escolha dos eleitores. "Acredito que a formação do voto é um processo lento, que vem de muito tempo", diz.

Ele destaca que as pesquisas de intenção de voto já mostram que o número de eleitores indecisos é pequeno. "O que acontece é que nenhum dos candidatos a essa altura do campeonato é uma figura totalmente desconhecida", argumenta. "Mais tempo de TV não significa maiores vantagens junto ao eleitor", acrescenta.

O sociólogo e diretor do ins-



Lula assiste ao seu programa piloto em Brasília

tituto **Vox Populi** de pesquisa, Marcos Coimbra, não tem a mesma opinião e dá exemplos. "Tivemos o próprio Lula, em 89, que tinha apenas 8% das intenções de voto e acabou disputando o segundo turno com o então candidato Fernando Collor de Mello", lembrou Coimbra. Além de Collor, o diretor do Vox Populi lembrou ainda da participação do ex-ministro Ciro Gomes que estava à frente do tucano José Serra e acabou em quarta colocação.

Para Coimbra, a campanha tucana demonstrou que pode crescer a partir da maior exposição do ex-governador. "Ele mostrou capacidade de crescer em junho quando foram divulgados os programas do partido na televisão e as propagandas de realizações", lembrou o sociólogo. Tanto para Schmitt como para Coimbra, a primeira tarefa da campanha tucana será a de tornar Alckmin conhecido.

O tucano deverá ser utilizar de duas estratégias simultaneamente: a campanha positiva, em um primeiro momento, e a negativa, a seguir. "Creio que começará a campanha como todos, de maneira positiva, mais light. Dependendo dos resultados, ele deverá passar a uma atitude mais agressiva, com a chamada campanha negativa, que pode ser resultado de pesquisas qualitativas a respeito da propaganda, ou por puro desespero", previu Schmitt. "É claro que esperamos um nível mínimo de civilidade na campanha, mas não pode haver ingenuidade", salientou.

Um dos coordenadores da campanha do tucano Geraldo Alckmin, o senador Sérgio Guerra (PSDB-PE), garante que

o teor da propaganda tucana deve girar em torno de propostas e não de ataques pessoais. "Será um programa com propostas, vamos apresentar o candidato e mostrar como faremos um governo diferente do de Lula", afirmou o senador. Mas ninguém aposta nisso. Guerra tem dito que a "memória da crise política", entenda-se as denúncias que acompanharam o governo

Lula ns últimos quatorze meses — CPI dos Correios e dos Binsgos, terá um papel secundário.

O coordenador da campanha de Lula, deputado Ricardo Berzoini (PT-SP), quer usar a propaganda eleitoral para consolidar a avaliação positiva do governo e garantir a vantagem sobre os adversários nas pesquisas, sem precisar atacá-los diretamente. Seu slogan é "Lula de novo com a força do povo".

A princípio, a campanha petista será apresentada por um índio, um negro e um branco. Apenas se forem atacados, os petistas revidarão mediante direito de resposta conseguido na Justiça no horário dos adversários. A candidata Heloísa Helena (PSol) deve repetir na TV o "contra-tudo-o-que-está-aí", característica de sua atuação no Senado. A orientação do PSol é continuar criticando tanto Lula quanto Alckmin. Seu slogan é "Coração valente". Cristovam Buarque (PDT), que terá menos de dois minutos e meio em cada bloco, diz que vai continuar defendendo "a revolução pela educação" na propaganda de TV.