



TSE lança campanha para conscientização de eleitores

Começa nesta segunda-feira (31/7) a campanha *Vota Brasil*, produzida pelo Tribunal Superior Eleitoral. O objetivo é mobilizar o eleitorado e esclarecer dúvidas sobre o processo de votação. Neste ano, a campanha busca conscientizar o eleitor e valorizar o voto.

“Dias melhores dependem da conscientização do eleitor”, diz o presidente do TSE, ministro Marco Aurélio. Para o ministro, a indignação generalizada que surge da leitura das manchetes dos jornais deve ser retratada nas urnas.

Com o slogan *Pense e vote — o Brasil está nas suas mãos*, a campanha, composta por 32 filmes e 32 spots de rádio, pretende despertar no eleitor a importância do voto como um ato de decisão.

Para o ministro Marco Aurélio, o comparecimento às urnas não deve ser entendido como simples ato formal, mas sim como momento decisivo para a sociedade. “O eleitor tem de decidir se vai empunhar a bandeira do faz-de-conta, fazendo de conta que está exercendo um direito, ou a bandeira da representação”, conclui o presidente do TSE.

A campanha será veiculada, diariamente, nas emissoras de rádio e de TV aberta de todo o país, das 21h desta segunda-feira (31/7) até o dia das eleições. Além disso, pela primeira vez, também será exibida no exterior, em canais brasileiros de TV por assinatura.

Criação

Uma pesquisa de opinião, feita em cinco capitais no início deste ano, foi o ponto de partida do *Vota Brasil 2006*. A campanha institucional foi desenvolvida pela TV Cultura, de São Paulo, e contou com a participação dos assessores de comunicação da Justiça Eleitoral, que se reuniram com a equipe de criação no TSE, em Brasília, no final de junho.

A equipe também recebeu um briefing do ministro Marco Aurélio. A campanha inspirou-se no discurso de posse do presidente do TSE, em maio deste ano. No discurso, o ministro observou que “é de analfabetos políticos que se alimentam os autoritarismos” e destacou o poder revolucionário do voto, o qual os candidatos aprenderão a respeitar “se não puderem honrá-lo de espontânea vontade”. O ministro combateu também a inércia e ressaltou que o ato de votar é a única forma pela qual o eleitor responderá às exigências do momento, ficando credenciado, em passo seguinte, à cobrança.

O material produzido será veiculado em duas etapas. Na primeira, o foco será a mobilização do eleitor. Na segunda, o esclarecimento das dúvidas mais recorrentes sobre o processo de votação como documentação a ser apresentada e justificativa de ausência de voto.

A campanha *Vota Brasil 2006* foi dirigida pelo publicitário Neil Ferreira, de São Paulo. Ele também assinou a campanha de 2004 e a do referendo do desarmamento no ano passado. Neil Ferreira é autor de campanhas premiadas como a que criou o leão do Imposto de Renda.

**Veiculação**

A Lei 9.504/97, Lei das Eleições, no artigo 93, reservou ao TSE o direito de requisitar das emissoras de rádio e televisão, no período entre 31 de julho do ano da eleição e o dia do pleito, até dez minutos diários, contínuos ou não, para a divulgação de seus comunicados, boletins e instruções ao eleitorado. A veiculação da campanha institucional é, portanto, obrigatória.

A TV Cultura encaminhou, na última sexta-feira (28/7), as peças e os planos de mídia para as emissoras de rádio e de TV aberta. A campanha também chegará aos eleitores residentes no exterior, que poderão assistir aos filmes nas TVs Record Internacional e Globo Internacional.

Date Created

31/07/2006