

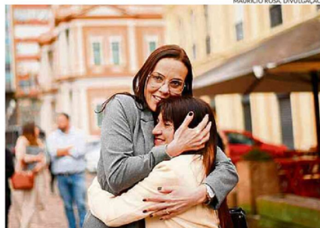
Candidatos a prefeito de Porto Alegre apostam no corpo a corpo



Melo realizou caminhada na Praça México, na Zona Norte, no dia 18



Rosário falou com eleitores em visita à Feira Mercadoão no dia 21



Juliana esteve no Mercado Público, no Centro, na quinta-feira



Camozzato fez panfletagem no Terminal Triângulo, no último dia 22

A uma semana do início da propaganda de rádio e TV, principais concorrentes à prefeitura de Porto Alegre deflagram estratégias para engajar população no debate eleitoral. **Atividades de rua e propostas para reconstrução** estão no foco

Candidatos privilegiam corpo a corpo na largada da campanha

Fábio Schaffner
fabio.schaffner@zerohora.com.br

O emprego intensivo das agências de rua e a apresentação de propostas para reconstrução da

cidade são o foco dos principais candidatos à prefeitura de Porto Alegre na largada da campanha. A seis semanas do primeiro turno, Juliana Brizola (PDT), Maria do Rosário (PT) e Sebastião Melo (MDB)

traçam estratégias para engajar a população antes da estreia da propaganda de rádio e TV, na próxima sexta-feira.

Postulante à reeleição, Melo aposta na coligação de oito partidos para minimizar o desgaste causado pela enchente de maio. Em reunião na véspera do começo da campanha, ele salientou a necessidade de reprodução massiva do discurso segundo o qual a prefeitura não é a única responsável pelo sistema de proteção contra cheias e de que já tem soluções em andamento, como as obras de recuperação dos diques do Sarandí, na Zona Norte.

Para tanto, Melo aposta nos 286 candidatos a vereador da coligação. O contingente será usado não só para aparar eventuais resistências à presença do prefeito nos bairros mais atingidos como também para compensar a escassez de tempo, já que o emedebista precisa dividir a jornada entre o expediente diário na prefeitura e os eventos de campanha. Ciente de que será alvo constante dos adversários, Melo quer mostrar que seu mandato não pode ser resumido à enchente. Amparado no slogan "a cidade melhorou", vai resgatar ações de zeladoria e incentivo ao empreendedorismo, redução de impostos e conclusão de obras

de grande porte. Para o futuro, aponta a chegada de R\$ 5 bilhões em investimentos a partir de financiamentos internacionais já contratados.

Melo vai mostrar o que já fez, apresentar soluções para os problemas e restaurar a verdade, desconstruindo as narrativas da oposição – resume o coordenador da campanha, André Coronel.

Impactos da enchente de maio estão no radar de todas as chapas

No PT, Maria do Rosário vai centrar o discurso na gestão da cidade. A agenda tem priorizado visitas aos bairros mais atingidos pela enchente, como Sarandí e Humaitá, e a outros afetados por problemas crônicos, como a falta de água na Lomba do Pinheiro. Para capitalizar as propostas, Rosário, a vice Tamires Filgueira (PSOL) e os 11 deputados do partido que são de Porto Alegre realizam eventos simultâneos em diferentes pontos da cidade. A campanha também aposta na presença de quatro ex-prefeitos – Olívio Dutra, Raul Pont, Tarso Genro e José Fortunati.

CONEXÃO DIGITAL
O tempo que cada candidato terá no horário eleitoral



Por enquanto, não há previsão de participação do presidente Luiz Inácio Lula da Silva na campanha. Na recente passagem pelo Estado, semana passada, Lula posou para fotos ao lado da candidata na Base Aérea de Canoas, mas não gravou depoimento para a propaganda de rádio e TV. A imagem será explorada no material gráfico de Rosário e dos cerca de cem candidatos a vereador, caracterizados como "time do Lula". O objetivo é fidelizar os 53% dos eleitores que votaram no petista em Porto Alegre na eleição de 2022.

É uma campanha de mobilização. Vamos estar nos 80 bairros da cidade, discutindo as questões que afetam o dia a dia do porto-alegrense. Não vamos reproduzir o embate Lula versus Bolsonaro, mas óbvio que vamos mostrar de que lado estamos – conta Cícero Balestro, um dos coordenadores da campanha.

Fora da polarização

No PDT, Juliana Brizola busca resgatar a essência do trabalho, apostando na tradição do partido e do sobrenome para crescer em meio a uma eleição que começa polarizada entre Melo e Rosário. No discurso, vai equilibrar propostas de cunho social e econômicas, como zerar o déficit nas creches e as filas na saúde, bem como criar um fundo para financiar o empreendedorismo. O objetivo é se credenciar como um nome de centro, longe do antagonismo representados por PT e MDB.

Há uma demanda por uma candidata distante dos dois polos e Juliana é essa pessoa. Dialoga com a esquerda e a direita e tem experiência, com 15 anos de trajetória na vida pública – diz o marqueteiro do PDT, Paulo Lodiola.

Sem direito a propaganda de rádio e TV – o Novo não atingiu a votação mínima estabelecida pela cláusula de barreira em 2022 –, Camozzato aposta nas redes sociais e na campanha de rua, combinado com uma postura enérgica nos debates e entrevistas. O objetivo é induzir um movimento de renovação política, centrado no discurso de que não se resolve velhos problemas votando nas mesmas pessoas e partidos.

Camozzato tem convicções firmes, sabe no que acredita. É jovem, comunicativo e tem uma mensagem poderosa. Nossa estrutura é menor, mas vamos crescer mostrando o que nos diferencia – afirma o marqueteiro da campanha, Gabriel Corrêa.

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal Zero Hora - Porto Alegre/RS

Seção: Em Foco Página: 4