

Candidatos a prefeito da Capital definem estratégias para as últimas duas semanas

Candidatos a prefeito reforçam a presença nas ruas na reta final

Eleição na Capital

Campanhas ajustam estratégias para as semanas derradeiras até a votação. Domingo foi de atividades em bairros e comunidades

Fábio Schaffner

fabio.schaffner@zerohora.com.br

A duas semanas do primeiro turno, os principais candidatos à prefeitura de Porto Alegre ajustam as estratégias de campanha e reforçam as mobilizações de rua. O domingo de sol e temperatura amena favoreceu o corpo a corpo.

Postulante à reeleição, Sebastião Melo (MDB) começou o dia na Praça da Encol, no bairro Bela Vista. Depois, participou de uma carreta organizada pelo PL, partido da vice Betina Worm, e, com o tradicional chapéu de palha, visitou localidades da Zona Sul. À tarde, passou pelo Acampamento Farroupilha.

– Campanha se faz nas ruas, olhando no olho dos cidadãos e com muito diálogo, que é a marca do nosso governo. Somos gratos por todo incentivo e apoio e até mesmo críticas que temos recebido – disse Melo.

No comitê emedebista, a avaliação é de que a campanha acertou o tom na propaganda de rádio e TV, com jingles grudentos e mesclando realizações do governo a novas propostas.

Para as próximas semanas, há um cuidado para evitar euforia, sobretudo após a última pesquisa Quaest, na qual Melo passou de 36% para 41%.

Pesquisa Quaest da semana passada levou comitês a reavaliarem planos

Os estrategistas receiam que um súbito aumento de confiança possa causar desmobilização na militância. Também há um entendimento de que Juliana Brizola (PDT) e Maria do Rosário (PT) vão intensificar as críticas. A orientação é não deixar ataque sem resposta e vincular as investidas a um suposto medo de derrota iminente.

No PT, Rosário passou o domingo em caminhadas pela cidade. Vestindo camiseta com mensagem contra a privatização do Dmae, passou a manhã na comunidade Alto Embatel, no bairro Cascata. À tarde, percorreu a localidade de Santa Rosa, no Rubem Berta. Ao lado de lideranças políticas e candidatos a vereador, deu ênfase a políticas de educação:

– Todas as crianças da rede municipal vão ter uniforme, porque elas são nossas, precisam ser protegidas.

O momento é de reavaliação no comando petista. Após Rosário passar de 31% para 24% na pesquisa Quaest, o conselho político decidiu dar mais visibilidade à campanha de rua, investindo na confecção de windbanners, as bandeirolas verticais instaladas em calçadas.

Há discussões internas sobre a eficácia de seguir criticando Melo pela atuação na enchente e a vinculação do emedebista ao ex-presidente Jair Bolsonaro. A equipe de rádio e TV chegou a produzir propagandas mostrando o prefeito como representante local do bolsonarismo, mas as peças foram rejeitadas em pesquisas com grupos de análise qualitativa.

Há um entendimento de que essa é uma campanha “de chegada” e o comitê trabalha para retornar ao patamar de 30%.

A maior ameaça a Rosário é Juliana Brizola. A pedetista passou o domingo em caminhadas pela Zona Norte. À tarde, percorreu o Rubem Berta, um dos mais populosos da Capital. Mais cedo, circulou pelo Sarandi.

– Passamos por lugares em que a água chegou a 3 metros de altura e as pessoas sentiram na pele o abandono por parte da prefeitura. Com união e coragem, vamos reconstruir Porto Alegre – disse Juliana.

Contente com a evolução da campanha, o PDT vai reforçar o discurso de que Juliana é uma alternativa à polarização representada por Melo e Rosário. O partido entende que a estratégia já produziu efeito ao levar a candidata de 11% para 17% na pesquisa Quaest e prepara novas peças para rádio e TV.

As críticas serão mais centradas em Melo, de olho em um apoio do PT num eventual segundo turno. A propaganda também contará com o governador Eduardo Leite (PSDB), considerado um trunfo na atração do eleitor de centro. —

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

Seção: Notícias **Página:** 8