

Horário eleitoral começa hoje sob nova expectativa das candidaturas

Propaganda eleitoral no rádio e na televisão começa hoje

No primeiro turno, programas irão até 29 de setembro, de segunda a sábado, com quatro blocos diários de 25 minutos

CARLOS ROLLING

carlos.rollsing@zerohora.com.br

A propaganda eleitoral no rádio e na TV começa hoje. Entre as segundas-feiras e os sábados, serão quatro blocos diários de 25 minutos cada, sendo dois deles no rádio e os outros dois na TV para que se apresentem ao eleitor os candidatos a presidente, governador, senador, deputados federal e estadual. No primeiro turno, a propaganda irá se estender até o dia 29 de setembro, contando ainda com inserções de 30 segundos e 60 segundos ao longo das programações. Hoje, data de estreia, destaque para as peças dos candidatos a governador (confira ao lado as estratégias de seis postulantes, todos com mais de 40 segundos de tempo de exibição).

Importância

Após a eleição de 2018, houve quem apontasse o fim da propaganda na TV como instrumento relevante nas campanhas. Naquele ano, Jair Bolsonaro concorreu pelo PSL, uma sigla até então minúscula e com pouco tempo de TV, mas venceu a eleição com enorme engajamento em redes sociais.

Para o marqueteiro Fábio Bernardi, que trabalha com Eduardo Leite, aquele fenômeno foi possível porque Bolsonaro se dedicou a construir uma militância digital de forte participação por quatro anos, entre 2014 e 2018. Quando os candidatos tentaram acompanhá-lo na hora do pleito, foram atropelados pela máquina bolsonarista. Hoje, essa relação está mais equilibrada e as redes sociais passaram a ser alvo de maiores regulações pelas autoridades após sucessivos episódios de desinformação e fake news. – Os meios de comunicação tradicionais pautam o debate e as conversas familiares – avalia.

Já o marqueteiro Francisco Spindorello, que trabalha com Vieira da Cunha, analisa que há, hoje, mais desconfiança aos conteúdos que circulam em redes sociais. Por conta disso, entende que a veiculação em canais da mídia tradicional atribui aos conteúdos um “caráter formal importante para a construção do candidato”.

As estratégias rumo ao Piratini

EDEGAR PRETTO (PT). Tempo no rádio e TV: 1 minuto e 33 segundos

O ativo que será mais explorado é a figura do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que concorre novamente à Presidência. Líder nas pesquisas, Lula será presença constante, buscando colar Pretto na sua imagem para alavancar a votação. Serão usadas imagens de arquivo e Lula deve gravar conteúdo manifestando apoio a Pretto. Olívio Dutra (PT), candidato ao Senado, também marcará presença.

Nos primeiros programas, será feita a apresentação da história política e familiar de Pretto, deputado estadual de terceiro mandato que é desconhecido de parte da população. Candidato a vice-governador na chapa, Pedro Ruas (PSOL) deverá ter participação nas peças pela força do seu partido em Porto Alegre. As propostas terão foco na economia.

– Duas questões são importantes: um novo ciclo de desenvolvimento com a participação forte do Estado, dos bancos públicos e das políticas públicas, e a nossa relação com um possível governo do Lula, tendo preocupação central com renda, empregos e oportunidades – diz Mari Perusso, coordenadora geral da campanha.

EDUARDO LEITE (PSDB). Tempo no rádio e TV: 3 minutos e 44 segundos

O maior dentre os tempos será aproveitado pela equipe do ex-governador Eduardo Leite, candidato à reeleição, para prestar contas. A ideia é que isso funcione como valorização de políticas e defesa aos ataques de adversários, já que Leite será a principal vitrória. Terão destaque os investimentos em infraestrutura, saúde, privatizações,

concessões, os resultados da segurança pública e o reformismo. – Só a reforma administrativa vai gerar economia de R\$ 20 bilhões em 10 anos. Esse dado vamos apresentar de cara. São coisas que as pessoas não conseguem saber no cotidiano porque as atenções estão muito fragmentadas – diz Fábio Bernardi, coordenador de marketing da campanha de Leite.

Sobre o fato de o ex-governador ter renunciado, tentado concorrer à Presidência e, depois, voltado a se lançar ao Piratini, Bernardi diz que o tema será tratado “lateralmente”. – Isso não mudou a vida das pessoas. Leite deverá focar nas questões do Estado, sem pautar a disputa presidencial, e o seu candidato a vice-governador Gabriel Souza (MDB) será aproveitado em rádio e TV.

LUIS CARLOS HEINZE (PP). Tempo no rádio e TV: 58 segundos

A primeira semana de programas terá foco no conceito do “Rio Grande gigante”, desenvolvido para a campanha do senador Heinze ao Piratini. O lema carrega consigo a percepção de que o RS é um lugar que desperta amor em sua população, mas, junto desse sentimento positivo, vem a avaliação de que está na hora de dar um salto, de conquistar algo mais. A estratégia levará Heinze a ter foco nas propostas para infraestrutura e desenvolvimento econômico nos programas. O senador será apresentado como um gestor no estilo “tocador que faz acontecer”. A educação deve aparecer com ênfase. A avaliação da equipe é de que o eleitor está “cansado” do radicalismo político. Neste aspecto, Heinze buscará ser propositivo, com tom equilibrado.

– Queremos discutir o Rio Grande no primeiro momento. O senador vai defender o presidente Bolsonaro nos programas, eles são amigos há mais

de 20 anos, mas não tem muito o que detalhar nisso – avalia o jornalista Alexandre Teixeira, coordenador de marketing da campanha de Heinze.

ONYX LORENZONI (PL). Tempo no rádio e TV: 1 minuto e 31 segundos

A equipe afirma que os programas servirão para apresentar um plano de governo com “foco nas pessoas”. Um bordão que Onyx tem repetido, o de “tirar pedras do caminho”, será um dos pilares das propostas para o desenvolvimento. – O foco é na simplificação para o empreendedor e nas oportunidades. As vezes, a pessoa só precisa de oportunidade. Outro foco será na educação na primeira infância – afirma Daniel Ramos, coordenador de comunicação da campanha de Onyx.

Embora tenha sete mandatos de deputado estadual e federal e tenha sido ministro da confiança do presidente Jair Bolsonaro, a equipe avalia que será preciso apresentar a biografia do candidato para combater certo “nível de desconhecimento” que persiste. Onyx tem aproveitado todas as oportunidades para vincular sua imagem à de Bolsonaro, mas a equipe de comunicação não confirma se terá vídeos do presidente pedindo votos.

Ramos salienta que não haverá preocupação em modular o discurso de Onyx, conhecido pela contundência. A equipe assegura que eventuais ataques ao ex-governador Eduardo Leite (PSDB) não estão no centro dos programas.

VICENTE BOGO (PSB). Tempo no rádio e TV: 41 segundos

Bogo será apresentado como um candidato capaz de “recompôr o ambiente político do Estado”, de superar o clima belicoso da polarização e de “criar

condições para um pacto político” pelas questões mais urgentes.

– O programa é baseado no binômio educação e desenvolvimento. Temos de recuperar e pensar a educação em um contexto de desenvolvimento econômico, com base na inovação tecnológica – avalia Renato Steckert de Oliveira, coordenador-geral da campanha de Bogo.

Nos programas, será apresentada a intenção de revisar o acordo de regime de recuperação fiscal (RRF) para pagamento da dívida com a União, feito pelo atual governo. A avaliação é de que o acordo inviabiliza investimentos de médio e longo prazos e engessa a máquina pública.

VEIEIRA DA CUNHA (PDT). Tempo no rádio e TV: 44 segundos

A educação, os seus problemas atuais e as propostas para o setor, como a escola de tempo integral, serão o “grande assunto” de Vieira da Cunha, conforme define Francisco Spindorello, coordenador de marketing da campanha. Serão valorizadas realizações de Vieira ao longo da carreira política.

A revisão do regime de recuperação fiscal (RRF), considerado pelo candidato comprometedor para o futuro, será abordada. O presidente eleito Ciro Gomes (PDT) fará aparições para pedir votos.

OUTROS CANDIDATOS AO PIRATINI

Roberto Argenta (PSC) terá 28 segundos de tempo de rádio e TV. Já Ricardo Jobim (Novo) terá 16 segundos.

Os candidatos Carlos Messalla (PCB), Paulo Roberto (PCO) e Rejane de Oliveira (PSTU) não terão tempo de rádio e TV porque seus partidos ficaram abaixo da cláusula de barreira de votos na eleição de 2018.

As grades

Dias e horários da propaganda eleitoral no rádio e na TV

Segundas, quartas e sextas

• Programas dos candidatos ao Senado: das 7h às 7h05min e das 12h às 12h05min, no rádio; e das 13h às 13h05min e das 20h30min às 20h35min, na TV
• Programas dos candidatos a deputado estadual: das 7h05min às 7h15min e das

12h05min às 12h15min, no rádio; e das 13h05min às 13h15min e das 20h35min às 20h45min, na TV

• Programas dos candidatos a governador: das 7h15min às 7h25min e das 12h15min às 12h25min, no rádio; e das 13h15min às 13h25min e das 20h45min às 20h55min, na TV

Terças, quintas e sábados

• Programas dos candidatos à Presidência: das 7h às 7h12min30seg e das 12h às 12h12min30seg, no rádio; e das 13h às 13h12min30seg e das 20h30min às 20h42min30seg, na TV

• Programas dos candidatos a deputado federal: das 7h12min30seg às 7h25min e das 12h12min30seg às 12h25min, no rádio; e das 13h12min30seg às 13h25min e das 20h42min30seg às 20h55min, na TV

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

Seção: Eleições 2022 **Página:** 8