CORREIO BRAZILIENSE

Publicado em 15/09/2022 - 05:56

Corrida ao GDF investe no voto dos indecisos

Cerca de 20% do eleitorado do Distrito Federal ainda não definiu em quem vai votar na corrida para o Palácio do Buriti. Em busca desse público, partidos intensificam ações nas redes sociais e também de corpo a corpo

Candidatos investem para conquistar indecisos

ELEIÇÕES 2022

» EDIS HENRIQUE PERES

Ed Alves/CB/D.A Press

Em 2018, 7,1% do eleitorado, nesse mesmo período, ainda não havia definido o nome do candidato, e 19,1% havia escolhido anular ou votar em branco

A 17 dias da decisão dos eleitores nas urnas, os candidatos ao Palácio do Buriti se mobilizam para conquistar votos e ganhar espaço na parcela indecisa da população. Segundo a última pesquisa **Correio**/Opinião, divulgada em 5 de setembro, ao menos 6,9% dos eleitores não sabem em quem votar. O percentual aumenta em relação a votos em branco ou nulos, intenção de 14% dos entrevistados. Especialistas em ciência política afirmam que as últimas semanas são decisivas para a corrida e o natural, nesse período, é que a população comece a escolher, ou até mesmo mudar de ideia sobre o candidato. A conquista da parcela indecisa dos votantes é um prêmio almejado pelos concorrentes, com potencial de virar o jogo da corrida eleitoral ao governo do Distrito Federal. À reportagem, postulantes ao cargo afirmaram que o objetivo é destinar energia para a campanha corpo a corpo, apresentação das propostas e divulgação nas redes sociais.

Professora do Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília (UnB), Amanda Vitória Lopes destaca que nas eleições estaduais os cidadãos não conhecem todos os candidatos. "A pré-campanha presidencial começa a ocorrer meses antes, mas a eleição nos estados acaba ficando em segundo plano. Isso colabora para que os eleitores fiquem indecisos, sem saber em quem votar. A maioria das vezes, eles ainda estão tentando conhecer quem são os candidatos, alguns desses postulantes ainda não possuem uma vida política há muito tempo. Além disso, o tempo de exposição e de campanha eleitoral diminuiu em relação às eleições anteriores", pontua.

Amanda aponta, também, que há mudanças na maneira de gerir nas campanhas dos políticos. "Hoje temos um foco muito maior para as redes sociais para conquistar o eleitor. O indeciso é mais fácil de convencer do que aquele que não acredita em política, que afirma que não vai votar em ninguém ou está desacreditado. Por isso, o movimento de chegar à parcela indecisa costuma ser mais concentrado pelos políticos", afirma a especialista.

Candidato à reeleição, Ibaneis Rocha (MDB) garante que o objetivo é seguir com a campanha nos moldes do que tem feito até hoje. "Respeitando os adversários, mostrando o que fizemos e o que queremos fazer se a população entender que devemos ter um segundo mandato. A pandemia interrompeu os nossos planos e por mais que tenhamos conseguido fazer, alguns projetos foram interrompidos. Vamos continuar com esse trabalho, apresentando o resultado para a nossa população e mostrar que podemos e temos condições de fazer muito mais pelo DF", diz.

Ibaneis afirmou que o foco é visitar todas as regiões administrativas da capital, sem restringir a alguma zona eleitoral. "Vamos continuar visitando todas as regiões porque fizemos obras importantes em todas elas e temos projetos para realizar ainda mais", afirma.

Ed Alves/CB/D.A Press

Faltam apenas 17 dias para o eleitor decidir em quem votará no primeiro turno

> Mesmo em uma campanha de nível polarizado, até os votos consolidados podem ser mudados de última hora. Por isso que as campanhas guardam recursos pessoais e ações para as últimas semanas"
>
> ***Valdir Pucci,***
> cientista político

Intenção de votos

A pesquisa foi registrada no Tribunal Superior Eleitoral sob o número DF-09523/2022, encomendada pelo Correio Braziliense. Correio/Opinião foi a campo entre 1 a 3 de setembro, com 1.105 entrevistas presenciais. A margem de erro estimada é de 2,9 pontos percentuais para mais ou para menos, com um intervalo de confiança de 95%.

Nas ruas

Paulo Octávio (PSD) busca o eleitor indeciso e aqueles que afirmam votar em branco ou nulo. "Estes dois públicos são decisivos e é neles o nosso trabalho. Nesse sentido, estar em pontos de concentração popular e fazer o corpo a corpo são estratégias fundamentais, apoiadas pelo uso das redes sociais", detalhou, ao **Correio**, o empresário, ao citar que a presença da campanha nas ruas da capital chega a 14 horas por dia. "O que, no meu caso, é a jornada normal de quem é empreendedor."

PO não está priorizando nenhuma região administrativa em específico. "Estamos cruzando todo o DF, e mais de uma vez por dia. Já visitamos quase todas as cidades, pelo menos uma vez." O candidato do PSD tem conversado com segmentos importantes, como as lideranças religiosas e os sindicatos. "São públicos indispensáveis. Devem ser ouvidos e ter suas agendas e propostas avaliadas com carinho. Porque elas promovem um bem-estar social sem precedentes", avaliou.

Candidato pela federação (PT-PV-PCdoB), Leandro Grass detalha que a chapa considera fundamental a campanha direta com a população. "O trabalho nas ruas, com a apresentação das propostas, no corpo a corpo, para o eleitor me conhecer, é o mais importante. Entendemos que não só o trabalho de redes (sociais) vai resolver as eleições, mas o trabalho direto, até porque essa é uma característica da minha atuação política e do meu mandato. Esse tem sido o nosso principal foco", afirma. Leandro Grass reforça o trabalho com a base de apoio. "Em relação aos candidatos da chapa proporcional temos tentando ao máximo que todos tenham um excelente desempenho, por isso, vamos às ruas com eles, e conversamos com todos os setores, sindicatos e empresas, católicos, religiões de matrizes africanas e espíritas, o governo é para todos e não pode ser excludente", avalia.

Izalci Lucas (PSDB), destacou que a posição das pesquisas não o assusta. "Se eu fosse depender de pesquisa, nem seria senador hoje. Quando estava concorrendo, estava lá atrás, e só três dias antes passei na frente da campanha", recorda. O candidato acredita que o percentual de indecisos é ainda maior do que o apontado nas pesquisas. "Quando vamos às ruas, ouvimos muitas pessoas sem candidato. Vamos conquistar o eleitorado, entrar no segundo turno e ganhar a eleição. A maior parte do público decide de véspera o candidato, e muitos nem sabem ainda que eu estou concorrendo. Os (adversários) queriam impedir a minha candidatura, ganhar por WO (não comparecimento). Hoje as pessoas começam a saber que sou candidato, nosso foco é continuar indo às ruas, trabalhando nas redes sociais, na televisão, no corpo a corpo", garante.

Indefinição

A candidata pelo PSol, Keka Bagno, é uma das postulantes que cita o descrédito da população na política. "As últimas eleições têm trazido muita desesperança e isso faz com que as pessoas optem por não participar do processo eleitoral. Para nós, é importante que essas pessoas, principalmente as mulheres, maior parte do eleitorado do DF, participem da decisão. Como primeira mulher negra candidata ao GDF, minha campanha é bastante direcionada ao público feminino, para que as cidades sejam seguras as mulheres, porque uma cidade segura à mulher, é segura a todas as pessoas", defende Keka.

A candidata afirma que a reta final da campanha é voltada a "trazer esperança e verdade às mulheres". "De 2016 para cá, mais mulheres negras têm concorrido, isso mostra que queremos estar nos parlamentos, que fazemos parte da política do país. O nosso foco é trabalhar na defesa das políticas públicas, da natureza, da segurança, e para isso, é preciso que mais mulheres estejam com a caneta na mão no Executivo e no Legislativo", argumenta.

A análise dos especialistas é que os resultados não estão definidos, e há muito a ser feito até o primeiro turno. No mesmo período de 2018, por exemplo, o cenário estava longe de uma definição: a esta altura, naquele ano, 7,1% do eleitorado do DF não sabia em quem votar e 19,1% dos brasilienses defendiam o voto em branco ou nulo. Ibaneis Rocha alcançava 7% das intenções; no mês anterior, em 15 de agosto de 2018, ele tinha pontuado 1,4%. No primeiro turno de 2018, em 7 de outubro, o atual governador obteve cerca de 42% dos votos.

Cientista político, Valdir Pucci informa que a decisão dos votos nas últimas semanas é comum na política brasileira. "Mesmo em uma campanha de nível polarizado, até os votos consolidados podem ser mudados de última hora. Por isso que as campanhas guardam recursos pessoais e ações para as últimas semanas. A população começa nesse período a dar atenção no assunto. Porque em geral, o cidadão comum está preocupado com outras coisas, com família e trabalho, por exemplo, mas chegando perto da decisão nas urnas ele vai tirando um tempo para conhecer os candidatos", avalia o especialista.

Valdir acrescenta que existe a possibilidade de candidatos em posições mais afastadas nas pesquisas firmarem lugar em um possível segundo turno. "Há um cenário possível para isso. Esse momento da campanha é importante para qualquer político, muita coisa pode acontecer nessas duas, três semanas restantes. Sempre é válido lembrar que as pesquisas de intenção de voto se referem a um retrato do momento, hoje, o eleitor tem a intenção de votar assim, mas no dia dois isso pode mudar, e é natural que mude", salienta.

O **Correio** buscou contato com a candidata Leila do Vôlei (PDT) ao longo de todo o dia, mas não recebeu posicionamento da campanha até o fechamento desta edição.

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal Correio Braziliense - Brasília/DF

Seção: Cidades **Pagina:** 15

Copyright © Clipclap 2025.