



Publicado em 24/09/2022 - 05:54

As cartadas finais na disputa

As cartadas finais na disputa

CARLOS ROLLING carlos.rollsing@zerohora.com.br PAULO EGÍDIO paulo.egidio@zerohora.com.br

À última semana da campanha para governador será percebida no cotidiano dos gaúchos: é o momento em que os candidatos irão gastar a maior parte dos seus recursos, farão mais carreatas, caminhadas e aumentarão a visibilidade com bandeiras. O RS é um Estado com tradição de reviravoltas e surpresas nas eleições ao Palácio

Piratini, fenômenos que geralmente ocorrem nos decisivos dias finais em que, agora, estamos ingressando no pleito de 2022. Os oito principais candidatos traçaram estratégias para a reta final que variam desde a vinculação aos presidentáveis Luís Inácio Lula da Silva (PT) e Jair Bolsonaro (PL) até o afastamento da polarização nacional e

foco nas questões locais. As críticas aos adversários estão em pauta, mas as campanhas têm buscado alguma moderação nos ataques em decorrência da identificação da estufa do eleitor diante da belicosidade na política. Confira na sequência da reportagem as estratégias dos candidatos para a última semana da campanha ao Piratini.

Edegar irá colar na imagem de Lula

Colar à exaustão a figura do candidato a governador Edegar Pretto (PT) à imagem de Lula (PT), líder nas pesquisas presidenciais, é a principal estratégia da campanha para alavancar a chapa na corrida ao Piratini na última semana. Todos materiais de marketing irão explorar a ligação entre Edegar e Lula.



Edegar

— Vamos mostrar o que significa o alinhamento das estrelas no Brasil e no RS — conta Mari Perusso, coordenadora-geral da candidatura.

O PT está animado com as pesquisas que mostram sensível crescimento de Lula, com possibilidade de vitória no primeiro turno do pleito presidencial. Mais do que isso, petistas acreditam em arrancada rumo ao 2º turno no Estado, apesar das dificuldades conjunturais de quem ocupa o terceiro lugar nas sondagens, baseados nos movimentos dos candidatos do PT aos governos da Bahia e do Ceará. Ancorados na figura de Lula, ambos pegaram o elevador e passaram a disputar a liderança nos últimos dias.

— A definição do voto para governador estava secundarizada até agora. A gente acredita que essa onda que está acontecendo na Bahia e no Ceará vai chegar aqui — diz Carlos Pestana, secretário-geral do PT.

A campanha economizou verbas para a reta final. Na última semana, o plano é ampliar a visibilidade com atos de rua e distribuição de propaganda, com foco na Região Metropolitana. Mari diz que cidades do interior como Pelotas, Santa Maria e Caxias do Sul receberão atenção.

A equipe avalia que pode tirar eleitores de Eduardo Leite, sobretudo aqueles que estão votando no ex-governador porque desconheciam o peísta ou acham que o tucano é o mais capacitado para derrotar Onyx Lorenzoni no 2º turno. A crença é de que o chamado voto LuLeite, de eleitores que estão fazendo a dobradinha entre Lula e Leite para tentar derrotar o bolsonarismo, pode ser desidratado na reta final. Apesar do diagnóstico sobre Leite, Onyx continuará sendo confrontado por Edegar.

— Embora o eleitor do Onyx não venha, é importante para o nosso eleitor enxergar o Edegar como o anti-Bolsonaro no Estado. Permanece a crítica — diz Pestana.

Como Lula não vem mais ao RS no 1º turno, uma das alternativas a serem exploradas é o uso de imagens do comício realizado em Porto Alegre em 16. Nas redes sociais, Mari diz que a campanha está fazendo forte uso do Tik Tok e do Kwai, plataformas chinesas para a publicação de vídeos. O objetivo é alcançar jovens.

Leite prega equilíbrio e fuge da polarização

Eduardo Leite (PSDB) manterá o discurso positivo, valorizando o que deu certo e apresentando ideias para um segundo mandato. Leite tem sido o alvo preferencial dos demais concorrentes, o que é visto como natural pelo fato de representar o atual governo e estar à frente nas pesquisas.



Leite

— Vamos continuar na construção propositiva, falando do futuro a partir do que a gente já fez, dizendo que é só o começo. O governo do Eduardo é a evolução do governo Sartori — afirma Caio Tomazeli, coordenador-geral da campanha.

A chapa evita aderir a tons agressivos para rebater adversários devido à percepção de que o eleitor está cansado de beligerância política. Foi retomada a veiculação, desde sexta-feira, da inserção de vídeo em que Leite se apresenta como gestor de centro que “olha para todos os lados”. “Se governar para a direita é diminuir a máquina pública, reduzir impostos e combater o crime, então governei para a direita. Se governar para a esquerda é investir em cultura, criar programas de proteção social e cuidar das pessoas, então governei para a esquerda. Mas, se você acha que o importante é governar para todos, então governei para você”, diz Leite na peça.

— É provável que retomemos na última semana a questão de governar para a esquerda e a direita. Não necessariamente com a mesma peça, mas neste sentido — diz Fábio Bernardi, coordenador de marketing.

Para assegurar o voto LuLeite, fusão feita por eleitores que veem em Lula e Leite as opções mais viáveis para derrotar o bolsonarismo, o tucano tem abordado pautas de direitos humanos, igualdade e pluralidade, um aceno ao eleitor de centro-esquerda sem vínculo partidário.

São pautas naturais do Eduardo em todos os momentos. Fazemos ajuste fiscal sem perder a sensibilidade. O Devolve ICMS é prova contundente — diz Tomazeli, citando o programa que devolve valor do imposto cobrado de famílias de baixa renda.

A equipe reconhece a hipótese de perder parcela de votos para Edegar Pretto na reta final pela identificação do peísta com Lula (PT).

— Não temos preocupação em evitar porque é inevitável — avalia Bernardi.

Tomazeli diz que a intenção é cobrir o Estado inteiro na reta final, mas com olhar especial à Região Metropolitana. Embora tenha agenda com a presidenciável Simone Tebet (MDB) na segunda, em Pelotas, Leite irá se manter distante da polarização nacional. O foco segue no Estado.

Onyx, com Bolsonaro e antagonista ao tucano

Na semana decisiva da corrida ao Piratini, a campanha de Onyx Lorenzoni (PL) planeja manter a linha adotada desde o início, mesclando a apresentação de propostas, a menção aos princípios convergentes com os do governo Jair Bolsonaro e críticas à administração de Eduardo Leite (PSDB), seu principal adversário. O desejo é reforçar a imagem de Onyx como concorrente alinhado a valores conservadores e, ao mesmo tempo, capaz de resolver problemas que tocam no cotidiano da população.



Onyx

— Nossa linha é propositiva, sem ataques pessoais, mostrando o que fizemos no governo federal. E vamos sempre continuar falando a verdade — resume Onyx, que ocupou quatro ministérios na gestão de Bolsonaro.

O termo “verdade” tem sido utilizado estrategicamente pela campanha do PL para demarcar oposição a Leite. A intenção é relembrar o eleitorado que o ex-governador voltou atrás em algumas promessas, como a de não disputar novo mandato. Nos últimos dias de propaganda, devem aparecer novamente propostas como a criação de uma secretaria voltada à Primeira Infância e a implementação de programa de regularização fundiária para famílias mais pobres. Ao mesmo tempo, será cristalizada a ligação com Bolsonaro.

Coordenador de comunicação da campanha de Onyx, o publicitário Daniel Ramos reforça:

— Vamos continuar na mesma toada. Quando tiver de criticar, vamos criticar, mas a nossa campanha é propositiva. Essa questão do Fundeb não foi uma carta na manga, foi para alertar as pessoas.

Ramos faz referência à representação movida por aliados de Onyx ao Ministério Público Federal que cita o uso de recursos do Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica (Fundeb) para pagamento de servidores inativos. O assunto foi mencionado pelo candidato do PL em debate na última terça-feira.

Após utilizar os últimos meses para percorrer o Estado reunindo apoiadores em eventos, concedendo entrevistas e participando de atos da campanha, Onyx deverá permanecer na Região Metropolitana em quase todos os dias nesta reta final, para a realização de comícios, carreatas e corpo a corpo com eleitores.

Na pesquisa do Ipec publicada há uma semana, ele aparecia com menor percentual de intenções de voto na Grande Porto Alegre (23%) do que no Interior do Estado (28%).

O plano

• Reforçar o vínculo entre Lula e Edegar Pretto, ambos do PT. A ideia é pegar carona na popularidade crescente de Lula e desidrar o voto “LuLeite”

• Foco na Região Metropolitana e maiores cidades do Interior

O plano

• Manter o tom propositivo, trazendo ideias para um segundo mandato e valorizando o que deu certo

• Reforçar postura de político equilibrado, que “olha para todos os lados” e governa para todos

O plano

• Reafirmar que é alguém capaz de melhorar a vida das pessoas e com ideias alinhadas às do presidente Jair Bolsonaro

• Candidato deve permanecer na região metropolitana de Porto Alegre, área mais populosa do Estado

Argenta

Com pouco tempo de propaganda na TV, a agenda de Argenta (PSC) é dar visibilidade à campanha de rua. A equipe tem times contratados e de voluntários para fazer caminhadas e bandeiradas. Coordenador-executivo da campanha, Kevin Krieger diz que há adesão significativa de voluntários nas regiões em que Argenta concentra investimentos empresariais, sobretudo nos vales do Sinos,



Paranhana e Taquari. Esses grupos de simpatizantes fazem carreatas e atividade descrita como convênio porta a porta. Isso inclui a estratégia de apresentar a história de sucesso empresarial de Argenta e fazer o convênio porta a porta. O método inclui fazer o mesmo pelo WhatsApp. Argenta, nas agendas, deverá seguir o discurso obsessivo pela geração de empregos. Ele também irá centrar fogo na ideia de usar as reservas cambiais do Brasil para fazer investimentos em infraestrutura, o que depende do governo federal.

Luis Carlos Heinze

Luis Carlos Heinze (PP) planeja intercalar agendas entre a Região Metropolitana e o Interior. Já estão previstas incursões em cidades como Gravataí e Cachoeirinha, e em Santa Maria, na Região Central. Nesses atos, o plano é manter contato permanente com o eleitorado. As agendas serão divididas com a candidata a vice, Tanise Sabino (PTB), e a postulante ao



Senado, Comandante Nádia (PP). De acordo com o coordenador da campanha, José Carlos Breda, ex-prefeito de Cotiporã, intervenções mais belicosas contra adversários, comuns na reta final das campanhas, não estão previstas: — Vamos continuar em uma linha séria e propositiva, apontando falhas, carências e pontos que podem ser melhorados no Estado. Mostramos os equívocos, mas sem fazer críticas pessoais. Na mídia, Heinze deve voltar a abordar com frequência o tema da educação.

Ricardo Jobim

Ricardo Jobim (Novo) pretende reforçar, na semana decisiva, o discurso de que representa a única candidatura diferente das demais. Para além do fato de não utilizar recursos públicos na campanha, o discurso do Novo é de que os principais concorrentes lideraram ou participaram das últimas gestões estaduais. No início da semana, Jobim deve dedicar especial atenção à preparação para o debate da



RBS TV, agendado para terça-feira. — Queremos aproveitar o último debate, que é o de maior audiência, para explicar que todos os demais representam um revezamento dos partidos que estiveram no poder, e a nossa proposta é realmente nova — diz o coordenador da campanha, Frederico Cosentino. Embora admita dificuldades, Cosentino avalia que há espaço para crescimento da candidatura do Novo, sobretudo porque quase metade do eleitorado ainda diz estar indeciso nas pesquisas espontâneas.

Vicente Bogo

Na última semana, Vicente Bogo (PSB) irá concentrar agendas na Região Metropolitana, principalmente em comitês dos candidatos do PSB aos cargos de deputado. Para as redes sociais, a intenção é trabalhar a publicação de conteúdos que reforcem o bordão “Bogo 40 para governador”, com a referência explícita ao número de urna do PSB, diz Renato de Oliveira, coordenador-geral da



campanha do candidato ao Palácio Piratini. Na discussão por temas, Bogo irá reforçar a pauta da revisão do Regime de Recuperação Fiscal (RRF), a redução da fila para a realização de procedimentos eletivos no SUS, na qual estariam mais de 200 mil pessoas, e a melhoria da educação alinhada à estratégia de desenvolvimento econômico. A campanha esperava ter agenda com Geraldo Alckmin (PSB), candidato a vice-presidente na chapa de Lula (PT), mas não houve acerto. Ter Alckmin no Estado poderia gerar maior visibilidade para Bogo.

Vieira da Cunha

Após percorrer todas as regiões do Estado nos últimos meses, Vieira da Cunha (PDT) se dedicará especialmente a Porto Alegre e Região Metropolitana na semana decisiva. Até o final da campanha, Vieira estará em ao menos um ato por dia na Capital ou em algum município próximo. — Vamos percorrer as vilas e fazer caminhadas em Alvorada, Campo Bom,



Sapucaia do Sul, Viamão e em outras cidades. Como o voo é curto, entendemos que deveríamos concentrar esforços na campanha de rua — diz o coordenador da campanha, Ricardo Coelho, o Caco. No Interior, prefeitos do PDT devem se licenciar do cargo para prestigiar a campanha. A estratégia foi acertada em reunião virtual do candidato com cerca de 40 gestores municipais. Na propaganda eleitoral, Vieira deve continuar centrando foco no tema da educação, principal causa de sua vida política e do PDT.

CRITÉRIOS

Para elaborar essa reportagem, ZH estabeleceu alguns critérios

- Foram incluídos os oito postulantes de partidos, federações e/ou coligações que contam com ao menos cinco representantes no Congresso Nacional;
- Por isso, não participam Carlos Messalla (PCB) e Rejane de Oliveira (PSTU);
- Foram entrevistados integrantes da coordenação das campanhas;
- A ordem de apresentação dos concorrentes nas páginas é alfabética, de acordo com o nome que consta na urna;
- Os candidatos que alcançaram dois dígitos de intenção de voto na última pesquisa Ipec, divulgada no dia 16/9, ganharam mais espaço.

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

Seção: Eleições 2022 **Página:** 8 e 9