

Brasília-DF



DENISE ROTHENBURG
deniserothenburg.dj@abr.com.br

Vai, não vai

A decisão final da equipe de campanha do presidente Jair Bolsonaro sobre a ida dele ao debate da Band, domingo, será tomada depois da estreia dos programas de rádio e tevê dos presidenciáveis, hoje. Se for muito atacado, Bolsonaro não terá alternativa. Terá que comparecer para se defender.

Não vai, vai

Antes da participação de Lula no *Jornal Nacional*, o ministro Fábio Faria (Comunicações) era o único da ala política contrário à presença de Bolsonaro em debates de primeiro turno. O único que continua contra é Paulo Guedes, da Economia. Que nunca foi candidato a nada e não é "do ramo" da política.

Enquanto isso, no JN...

Perguntada no *Jornal Nacional* sobre os escândalos de seu partido, a candidata Simone Tebet (MDB) copiou a primeira-dama Ruth Cardoso, quando era confrontada sobre o PFL. Dona Ruth exaltava o PFL de Gustavo Krause e Marco Maciel, e não o de Antônio Carlos Magalhães. Tebet dispensou os "enrolados", leia-se Geddel Vieira Lima e cia, e disse que pertence ao MDB de Ulysses Guimarães e que governará com gente honesta.

Essa crise, Moraes pulou

Ao dizer que havia sido "um erro do TSE" a proibição da campanha institucional dos 200 anos da Independência, o ministro Alexandre de Moraes evitou mais um confronto entre ele e o presidente Jair Bolsonaro. Os políticos, porém, ficaram muito desconfiados de que Moraes queria mesmo proibir a campanha, mas recuou para não parecer provocação.

A turma que quer "federalizar" a eleição

Em São Paulo, onde Lula tem seu berço político, e no Rio de Janeiro, estado em que Jair Bolsonaro faz política há mais de 30 anos, a campanha tende a federalizar. Tanto os candidatos aliados a Lula quanto aqueles que contam com o apoio do presidente Bolsonaro colaram suas campanhas a de seus respectivos padrinhos. Na Bahia, o ex-ministro da Cidadania João Roma, candidato ao governo estadual, se coloca como "o candidato de Bolsonaro". Roma, de acordo com o Datafolha divulgado nesta semana, tem 8% das intenções de voto, enquanto o petista Jerônimo Rodrigues

tem 16%, e o ex-prefeito de Salvador ACM Neto, 54%. Logo, se Roma alcançar os 20% registrados por Bolsonaro na mesma pesquisa, tem alguma chance de ocupar a segunda colocação.

A situação não se repete em todos o país. No Distrito Federal, por exemplo, o primeiro programa do governador, Ibaneis Rocha, que disputa a reeleição, sequer citou o presidente-candidato, enquanto Leandro Grass, do PT, abriu sua propaganda com uma fala de Lula. Líder nas pesquisas, o ex-presidente ocupa, desde 1989, o posto de maior cabo eleitoral para todos os petistas.



CURTIDAS

VANDERLEI ALMEIDA



Juninho versus Moro / O jogador de futebol Juninho Pernambucano (foto) foi escalado pelo PT para aparecer no horário eleitoral gratuito, no papel de VAR, quando o juiz que revê o lance do jogo. O jogo, no caso, foi a prisão de Lula. Juninho afirma que Lula foi julgado "sem crime e sem prova só para tirá-lo da eleição de 2018". Sem citar o nome de Sérgio Moro, Juninho diz que o juiz virou ministro do candidato eleito, "uma imensa vergonha".

Exagerou / Ao citar as realizações de seu governo no combate à corrupção, o ex-presidente Lula incluiu o Coaf, o Conselho de Controle de Atividades financeiras. A instituição, que já pegou muita transação suspeita por aí, foi criada em março de 1998, pelo governo do presidente Fernando Henrique Cardoso.

Por falar em Lula... / Candidato do PDT à Presidência da República, Ciro Gomes continuará criticando o PT, de olho nos eleitores de Bolsonaro. Na sabatina da CBN, por exemplo, ele foi incisivo ao dizer que "Lula está agarado com Geddel Vieira Lima" na Bahia e com outros emedebistas que foram alvos da Operação Lava-Jato.

Um pé no Nordeste / O presidente-candidato Jair Bolsonaro tem seu primeiro compromisso de campanha na Bahia, neste fim de semana. Irá a Vitória da Conquista, com o ex-ministro João Roma (Republicanos).

ELEIÇÕES



Bolsonaro e Lula estreiam na propaganda eleitoral obrigatória de rádio e tevê pedindo votos para aliados nos estados. No DF, o presidente apareceu no programa de Flávia Arruda, e a primeira-dama, Michelle, pediu voto para Damares

Os cabos eleitorais de luxo

» JOÃO GABRIEL FREITAS*

No início da propaganda eleitoral obrigatória no rádio e na tevê, candidatos aos governos locais lançaram mão dos líderes da corrida presidencial para conquistar votos. Antes de estrearem suas próprias campanhas, Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Jair Bolsonaro (PL) estrearam como padrinhos políticos de diversos aliados pelo Brasil.

No Distrito Federal, Jair Bolsonaro não participou da divulgação de Ibaneis Rocha (MDB) porque o PL não integra a coligação pela reeleição do governador. No entanto, no bloco destinado aos postulantes ao Senado, o presidente foi um dos cabos eleitorais da peça de campanha Flávia Arruda (PL), enquanto a primeira-dama, Michelle, abriu o vídeo da ex-ministra Damares Alves (Republicanos).

Líder nas pesquisas, Luiz Inácio Lula da Silva (PT) foi o principal destaque da propaganda de Leandro Grass (PV), candidato ao GDF. Os primeiros 23 segundos da peça promocional foram usados exclusivamente para atrelar Grass ao ex-presidente. Já a candidata do PT ao Senado, Rosângela Corrêa, abriu sua participação conversando ao telefone e dizendo que ela é "a candidata do Lula".

Os demais candidatos ao GDF preferiram não usar as candidaturas presidenciais nos respectivos programas de estreia. Ibaneis Rocha (MDB), que busca a reeleição, e Izalci Lucas (PSDB), ignoraram a candidata Simone Tebet (MDB), assim como Leila Barros (PDT), que não citou o presidenciável do partido dela, Ciro Gomes. O vice-líder nas pesquisas para o GDF, Paulo Octávio, disputa a eleição pelo PSD, que não está vinculado a nenhum nome da corrida presidencial.

Na última pesquisa *Correio*/

Opinião, Lula, com 39% das intenções de voto, e Bolsonaro, com 36,7%, estão tecnicamente empatrados na disputa pelos votos do eleitor brasileiro. Ciro Gomes tem 7,2%, e Simone Tebet, 3,1%.

Em São Paulo, Fernando Haddad (PT) e Tarcísio de Freitas (Republicanos) também usaram os candidatos ao Palácio do Planalto como cabos eleitorais de luxo. Na peça do petista, que lidera as pesquisas, Lula e o vice, Geraldo Alckmin (PSB), pedem votos ao aliado.

Para endossar a campanha de Tarcísio de Freitas, o presidente Bolsonaro exaltou qualidades do seu ex-ministro. "Um dos melhores ministros da Infraestrutura que tivemos no Brasil. Estou fechado com o Tarcísio", disse o presidente.

Em Minas Gerais, Alexandre Kalil (PSD) destacou a aliança com Lula, que gravou um depoimento em que diz que vai trabalhar com Kalil por Minas Gerais e pede votos para o candidato. "Eu e Lula vamos fazer Minas Gerais melhor e um país melhor", destaca o candidato na propaganda.

Em São Paulo, Bolsonaro

Reprodução/horário eleitoral



O candidato do Lula ao governo.

Reprodução/horário eleitoral



Candidata ao Senado, Flávia Arruda exibiu elogio de Bolsonaro

Estratégia de comparação dos governos

O horário eleitoral dos candidatos à Presidência começa a ser exibido, hoje, em rádio e TV aberta, com estratégias diferentes. Mas, os dois principais adversários na corrida presidencial lançarão mão do mesmo recurso: a comparação entre os respectivos governos, incluindo denúncias de parte a parte.

Líder nas pesquisas, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) não vai deixar de mencionar polêmicas ligadas ao presidente, como escândalos de corrupção no atual governo e o caso das "rachadinhas", investigado pelo Ministério Público do Rio de Janeiro.

A campanha de Bolsonaro aposta no antagonismo com Lula e nos escândalos que marcaram

a gestão petista, como o Mensalão e a corrupção na Petrobras. Para as pautas conservadoras, lançará mão do carisma da primeira-dama, Michelle. A recuperação da economia brasileira também será explorada, assim como apelos ao patriotismo e aos militares.

Para Natália Mendonça, especialista em marketing político da universidade ESPM, a estratégia comparativa é positiva na maioria dos casos, mas as campanhas devem ficar atentas à rejeição. "Fazer comparativos é muito bom na comunicação política. O problema disso é que cada uma das campanhas, ao fazer uma comparação, pode trazer uma ótica diferente para si", ponderou.

"Todo governo tem

números bons e números ruins. Então, qual dessas comparações será mais eficiente? A questão é qual das visões vai ser mais compatível com o que está na cabeça do eleitor", analisou Mendonça.

Na campanha de Ciro Gomes (PDT), o argumento continuará sendo o de que ele representa uma alternativa à polarização entre Lula e Bolsonaro. Ciro vem adotando, na internet, uma linguagem voltada aos jovens, e deve manter a linha nos programas de rádio e tevê.

Simone Tebet (MDB), quarta colocada nos levantamentos, aposta suas fichas nas 184 inserções a que ela terá direito na programação. Com uma chapa formada por mulheres (a senadora Mara Gabrilli, do PSDB-SP, é

candidata a vice), o foco será reforçar a identificação com o público feminino.

Segundo o cientista político Alexandre Rocha, a campanha eleitoral deste ano mostra uma recuperação da influência das mídias tradicionais. Ele lembra que, em 2018, as redes sociais protagonizaram a campanha, mas, hoje, ele observa um movimento contrário, que pode afetar quem aposta nas mídias não convencionais. "Eles terão uma certa desvantagem. Bolsonaro fez uma campanha fundamentada nisso. Esse cenário não se repete agora, e ele está tentando a mídia tradicional. A rede social fala justamente com aqueles que são seus eleitores, e não com o público amplo." (*JGF)

*Estagiário sob a supervisão de Vinícius Doria