Editor: José Carlos Vieira (Cidades)
josecarlos.df@dabr.com.br
Tels. : 3214-1119/3214-1113
Atendimento ao leitor: 3342-1000
cidades.df@dabr.com.br

Sete dias decisivos para o 2º turno

A uma semana da votação que definirá os rumos do DF pelos próximos quatro anos, candidatos intensificam agendas nas ruas e mobilização de eleitores. Especialistas analisam as estratégias para conquistar indecisos e reduzir a abstenção

Divulgação

Celina Leão diz que sua prioridade é apresentar seu trabalho para a população enquanto segue como governadora

Carlos Vieira

Grass afirma que continua em busca de virar votos, conversando diretamente com as pessoas nas ruas

» ANA CAROLINA ALVES

A uma semana do segundo turno, Celina Leão (PP) e Leandro Grass (PT) disputam voto a voto o comando do Governo do Distrito Federal (GDF). Na reta final da campanha, os candidatos buscam consolidar suas bases eleitorais e atrair novos apoiadores para chegar ao Palácio do Buriti. O **Correio** ouviu os dois concorrentes e especialistas para entender as estratégias que marcam os últimos dias da disputa.

Celina Leão afirma que sua prioridade é apresentar seu trabalho para a população nas ruas enquanto segue como governadora do DF. "A prioridade da nossa agenda é trabalho. É acordar cedo, terminar o dia tarde e aproveitar cada minuto. Não temos tempo a perder. Vou seguir dividindo minha rotina entre as responsabilidades do governo e as agendas nas ruas, perto das pessoas, ouvindo, conversando e entendendo o que ainda precisa melhorar", ressalta.

Segundo a candidata, a prioridade é o corpo a corpo e o diálogo com o eleitor. "Quero estar presente, olhar nos olhos, ouvir as preocupações de quem vive os problemas do dia a dia. É assim que eu acredito que se faz política, com muito trabalho, diálogo e disposição para cuidar das pessoas. Vamos manter esse ritmo até o último dia", destaca.

Na campanha de Leandro Grass, o destaque é para a rua, a entrega de materiais de campanha e conversas com a população. "Continuamos em busca de virar votos, conversando diretamente com as pessoas, visitando casas, fazendo o trabalho de convencimento ao mostrar a diferença entre a minha história e as minhas propostas e as da minha adversária", ressalta o candidato.

Grass destaca que a campanha é coletiva, para virar o jogo nos âmbitos regional e nacional. "Nossa campanha anda junto com o esforço coletivo de reeleger o presidente Lula, com muitos voluntários espalhados por todos os cantos e a certeza de que é possível virar o jogo, tanto aqui no DF quanto em nível nacional", declara.

Povo fala

O que eu espero do governo do DF em 2027?

Fotos: Brunna Ramos

"Sendo sincero, eu não tenho expectativa de melhora. Eu diria, na verdade, que um cenário otimista, ele vai resolver os problemas atuais, mas eu realmente não consigo ver uma melhoria efetiva, principalmente após anos de degradação. Por exemplo, o transporte público, que a gente está vendo cada vez mais sendo sucateado, os ônibus ficando cada vez mais lotados. A minha expectativa é baixa."

Samuel Araújo de Sá, 21 anos,
estudante de economia, morador de Taguatinga

"Eu espero que o próximo governante cuide melhor da educação para os estudantes, mas também dê condições de trabalho aos professores. E que mantenha as obras que estão acontecendo, como as construções das creches, que têm favorecido muito a população de um modo geral. Muitas muitas vias foram refeitas, e isso beneficia muita gente que precisa se locomover para todo lado"

Karenynna Bites, 32, professora,
moradora do Plano Piloto

"O que eu espero é que melhore a questão da saúde. Eu tenho filhos, o atendimento de pediatria está muito ruim. Demora horas o atendimento, bastante tempo. Domingo mesmo eu estava no hospital com o meu esposo, na UPA da Vicente Pires. E a gente chegou às 14h e foi embora às 22h20 sem passar nem na triagem. A gente acabou desistindo e indo embora."

Rebeka Barros, 25, garçonete,
moradora da Estrutural

"Eu dependo do SUS, da rede pública, inclusive agora, dia 20, vou fazer uma primeira cirurgia de catarata e eu consulto pelo SUS, no posto de saúde. Então, espero melhora na saúde. A gente também não tem segurança. Tem menos de um mês que meu neto foi assaltado chegando em casa do trabalho. Também espero melhora na questão da segurança."

Maria Bárbara Melo, 71, diarista,
moradora de Ceilândia Sul

Estratégias

Bruno Saboya, doutor em estratégia de marketing e professor do Ibmec Brasília, ressalta que, na reta final, as campanhas concentram esforços em três frentes: reforçar os motivos para votar no candidato, reduzir as resistências existentes e mobilizar apoiadores a comparecer às urnas. "Há pouco tempo para apresentar muitas propostas novas. Por isso, ganha importância a repetição de poucas mensagens claras, relacionadas à vida cotidiana. O eleitor precisa compreender o que aquela candidatura representa e quais consequências concretas sua vitória pode trazer", explica.

O professor de marketing aponta que as redes sociais e as agendas presenciais devem cumprir funções complementares na campanha. "A integração aparece quando uma questão ouvida na rua recebe uma resposta do candidato e essa resposta circula nos demais canais. Uma agenda presencial também produz conteúdo digital, e uma dúvida recorrente nas redes pode orientar uma explicação em entrevista ou debate", afirma.

Por estar à frente nas pesquisas de intenção de voto, Celina Leão deve evitar riscos e manter a estratégia adotada até agora no segundo turno, segundo a avaliação do cientista político e sócio da Hold Assessoria, André César. "Quanto mais conservadora, sem entrar em bola dividida, sem pisar em casca de banana, para ela é melhor. Ela só tem a perder se arriscar", diz.

Leandro Grass, por outro lado, precisaria, na visão do especialista, adotar uma postura mais ofensiva para tentar reduzir a diferença entre os dois candidatos e ampliar sua votação. "Ele não tem nada a perder, é o franco-atirador nessa história. Quanto mais votos ele tiver, quanto mais conseguir encurtar essa diferença da governadora para ele, melhor", ressalta César.

O especialista acrescenta que o desempenho de Grass pode fortalecer o partido para as próximas disputas eleitorais. "É um partido que precisa renovar, renovar nomes, quadros, imagens. O Grass entra nesse jogo. Seria preciso arriscar ao máximo, jogar nas redes, tentar mobilizar a militância, colar na imagem do presidente Lula para avançar", destaca.

Apoio

Na visão da cientista política e coordenadora-geral do Observatório do Congresso, Evelyn Apolinaria, os apoios recebidos por Celina Leão e Leandro Grass fazem parte das estratégias dos candidatos para ampliar o diálogo com diferentes setores do eleitorado no segundo turno. "Celina deve manter o alinhamento com o campo bolsonarista, pois é aliada de Flávio Bolsonaro e teve apoio explícito de Michelle Bolsonaro, e absorver lideranças egressas da campanha de Arruda. Já apoiaram o senador Izalci Lucas e Maria de Lourdes Abadia, ligados ao ex-governador, e o próprio PSD havia formalizado o apoio antes do 1º turno", afirma.

A campanha de Leandro Grass, por outro lado, tenta ampliar o diálogo com outros grupos e conta com o apoio declarado de Ricardo Cappelli (PSB). "Ele cobra explicações sobre o dinheiro do BRB, usa sua biografia para questionar a adversária, aposta nos debates e pretende explorar o apoio do governo Lula. Também busca ampliar o apoio: Ricardo Cappelli (PSB) declarou voto nele, e ele diz ter conversado com Arruda, Belmonte e Kiko Caputo. Sua dificuldade é que parte desses eleitores têm perfil mais ao centro e à direita, e podem resistir à associação com o PT. O antipetismo no DF ainda é muito forte", ressalta.

Sobre os apoios de candidatos que não seguiram na disputa pelo GDF, Rócio Barreto ressalta que as alianças ajudam a ampliar o diálogo com diferentes segmentos, mas não garantem a transferência automática de votos. "O impacto dessas alianças depende da credibilidade das lideranças e da identificação dos eleitores com os candidatos que permaneceram na disputa. Apoio de liderança é fator decisivo. O que ganha eleição é grupo. Quem tem grupo consegue mais votos", avalia.

Indecisos

Para o segundo turno, Bruno Saboya explica que, entre os indecisos, a comparação entre os candidatos precisa oferecer critérios de escolha. "Propostas, capacidade de execução e credibilidade. Uma comunicação concentrada em ataques pode entusiasmar quem está convencido e, ao mesmo tempo, ampliar o desgaste entre aqueles que ainda têm dúvidas sobre as duas opções", afirma.

O professor de marketing explica que é preciso compreender que abstenção, voto em branco e voto nulo podem expressar situações diferentes. "Há desinteresse, rejeição às alternativas e dificuldades práticas de comparecimento, entre outras razões. Por isso, o simples apelo para 'ir votar' tem alcance limitado. A mobilização envolve mostrar a relevância da escolha, responder às dúvidas sobre as candidaturas e divulgar informações confiáveis sobre a votação ", destaca.

Na avaliação do analista de risco político e sócio da Royal Politics Consultoria e MKT Político, Rócio Barreto, os eleitores indecisos e aqueles que não compareceram às urnas ou votaram em branco ou nulo no primeiro turno podem ter motivações diferentes e não devem ser considerados um grupo homogêneo. "O desafio de Celina e Grass é mobilizar esse eleitor sem presumir por que ele se absteve ou optou pelo voto branco ou nulo. A participação depende da confiança nos candidatos, do interesse pela disputa e das condições práticas para votar", afirma.

Colaborou Brunna Ramos*

***Estagiária sob a supervisão de Eduardo Pinho**