

Política

Aumento. Gastos com programas eleitorais do PMDB crescem quase 3.000% e do PSDB aumentam 59%

Despesa com TV vai consumir 50% do recurso das campanhas

Hélio Costa deve gastar R\$ 17,5 mi e seu rival Antonio Anastasia, R\$ 18 mi

PEDRO GROSSI

Considerada fator decisivo na disputa eleitoral, a propaganda gratuita no rádio e na TV vai consumir, segundo especialistas, aproximadamente metade dos recursos de campanha. Seguindo essa previsão, o candidato ao governo de Minas pelo PMDB, Hélio Costa, deve ter gastos quase 3.000% maiores do que os registrados na última eleição estadual, em 2006.

Com orçamento estimados em R\$ 35 milhões, a coligação "Todos Juntos por Minas", de Hélio Costa, deve gastar cerca de R\$ 17,5 milhões com os programas de TV. Para efeito de comparação, em 2006, o candidato Nilmário Miranda (PT), também coligado ao PMDB, declarou ao Tribunal Superior Eleitoral uma despesa de R\$ 617 mil com a produção dos vídeos. O total gasto na campanha foi de R\$ 1,66 milhão. Quando comparadas as campanhas de 2002 e 2006, o aumento é de 2.787%.

Candidato à reeleição em 2006, Aécio Neves declarou ter gasto aproximadamente R\$ 11 milhões com a produção de programas de rádio e TV - ou 59% do total declarado como gastos de campanha. Esse ano, a previsão da coligação "Somos Minas Gerais", do candidato Antonio Anastasia (PSDB), de aproximadamente R\$ 18 milhões, representa um aumento de 59% em relação às eleições de 2006.

A coordenação da campanha de Anastasia tem dito com frequência que só os programas de TV vão dar ao candidato o mesmo nível de conhecimento que já possui o seu adversário Hélio Costa, que é ex-apresentador de TV. Segundo o marqueteiro Paulo Vasconcelos, responsável pela elaboração dos programas, não há mistério na estratégia a ser seguida.

"Vamos bater na tecla da continuidade de um projeto que está sendo bem sucedido. Não tem como ser diferente", antecipa. De acordo com o coordenador de campanha do candidato, deputado Rodrigo de Castro (PSDB), a estratégia é "fazer com que o eleitor entenda que o Anastasia é direta ou indiretamente responsável por várias das conquistas dos últimos anos", explica.

A coordenação de campanha de Hélio Costa prefere não antecipar a estratégia que será usada nos programas, mas o próprio candidato já deixou claro que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva e a candidata do PT à Presidência, Dilma Rousseff, serão estrelas em sua propaganda política. "O Lula vai ser permanentemente visto no nosso programa. A Dilma vai ser vista todos os dias no nosso programa", disse Costa.

Semelhanças. Segundo o cientista político Malco Camargos, será possível observar em Minas uma estratégia semelhante a que será vista nacionalmente, mas com inversão dos partidos. "Aqui em Minas, o PSDB deve fazer para o Anastasia uma propaganda que segue a mesma linha do PT nacional: com o discurso da continuidade, listando as conquistas da gestão anterior.

Já o PMDB local deve seguir a mesma estratégia nacional dos tucanos. A campanha de Hélio Costa vai tentar evidenciar a falta de passado político do adversário Antonio Anastasia e colocar em xeque sua capacidade de articulação", disse o cientista.

DIDA SAMPAIO/AE - 10.8.2005



Estratégia. Duda Mendonça deve usar as imagens de Lula e Dilma nos programas de Hélio Costa

Galeria de Fotos

