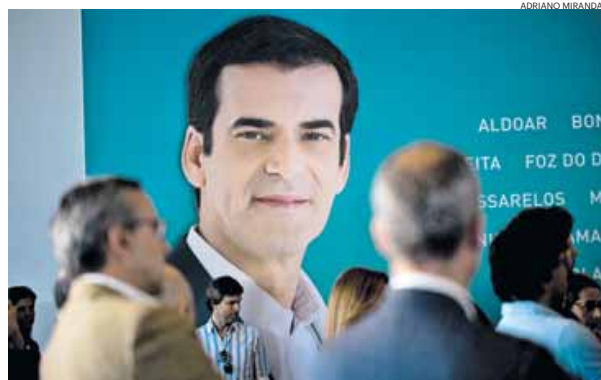




Rui Moreira e Narciso Miranda prescindem de cartazes eleitorais

“Tudo tem o seu tempo e os *outdoors* tendem a acabar, com aconteceu com os comícios dos partidos políticos”, defende o publicitário Edson Athayde



ADRIANO MIRANDA



LUIS EPÍGENIO/FACTOS



Autárquicas 2017 Margarida Gomes

Os *outdoors* funcionam como um meio de divulgação e de legitimação de um candidato e têm um efeito simbólico de marcação a nível territorial, mas nestas eleições autárquicas há quem prescinda deles, pelo menos para já. Na Área Metropolitana do Porto há dois candidatos – um presidente em exercício, Rui Moreira, e um ex-presidente, Narciso Miranda – que resistem a colocar os seus rostos nas ruas. Mas não são caso único.

Na região do Algarve há vários conchelos em que os primeiros *outdoors*

dos candidatos do PSD à presidência das câmaras de Alcoutim e Aljezur, por exemplo, só devem começar a aparecer em Setembro, um mês antes da realização das autárquicas.

Rui Moreira, que se candidata a um segundo mandato no Porto, e Narciso Miranda, que quer regressar à Câmara de Matosinhos, onde já foi presidente, são os que mais se destacam dos restantes candidatos, apostando numa postura mais discreta, que tem outros adeptos.

Felisbela Lopes, professora de Jornalismo e de Ciência Política da Universidade do Minho, tem uma posição muito clara: “Os cartazes servem para os candidatos sem notoriedade

Em 2013, Rui Moreira gastou 40 mil euros em cartazes. Este ano ainda não colocou nenhum. Narciso Miranda também não

pública. Para quem é conhecido, os cartazes apresentam mais riscos do que vantagens”, declara Felisbela Lopes, observando, por um lado, que “são muito facilmente vulneráveis a polémicas”, além de serem “sempre espaços para leituras polissémicas e nestas leituras polissémicas abre-se espaço à polémica, que agora é adensada nas redes sociais”.

Na mesma linha, a docente sublinha que em Portugal “não há proprie-

mente uma escola ao nível do *marketing* político para produzir bons cartazes: ou têm erros de sintaxe, ou erros de semântica, ou a imagem não está bem ou a imagem do fundo não é a mais adequada”.

Felisbela Lopes explica que “os candidatos que estão no poder não precisam de conquistar notoriedade pública, eles são conhecidos,” e afirma que “não é pelos cartazes que se apresenta obra feita”.

Visão bem diferente tem Luís António Silva, também é professor da Universidade do Minho, que admite que tanto no caso de Rui Moreira como de Narciso Miranda – “duas figuras que têm já um conforto muito grande

relativamente à imagem” – a opção de não apresentarem *outdoors* resulta de uma “decisão estratégica por parte das direcções de campanha das candidaturas”. E embora considere que em relação ao antigo autarca de Matosinhos possa haver também razões de ordem financeira, no caso de Rui Moreira afasta esse cenário. “Há uma certa falsa humildade. A candidatura vai querer passar a ideia de que esta campanha vai ser espartana com os gastos”, afirma. Em 2013, quando se candidatou pela primeira vez pelo movimento independente O Porto é o Nosso Partido, Moreira gastou 40.650,50 euros em estruturas, cartazes e telas, segundo a Entidade das



O estilo de governação do Presidente vai fazer escola

Carlos Brito

Professor na Universidade do Porto



“Marcelo é muito impactante e isso deixa marca nas pessoas”

Margarida Gomes

Marcelo Rebelo de Sousa recusou cartazes na disputa das eleições presidenciais de 2016. Embora vulgar, não foi uma decisão inédita. Cinco anos antes, o seu antecessor na Presidência da República, Cavaco Silva, também tinha prescindido deles na campanha da sua reeleição para Belém.

Carlos Brito, professor de Marketing da Faculdade de Economia da Universidade do Porto, considera que o “feito Marcelo Rebelo de Sousa ainda não é suficientemente contagiante para levar alguém a desistir de apresentar cartazes”. Mas acredita que o estilo de governação do Presidente da República, “muito informal e muito baseado na proximidade, vai fazer escola”. “Marcelo é muito impactante e isso deixa marca nas pessoas”, afirma Carlos Brito, para quem o Presidente “é claramente um líder e um líder é aquele que cuida dos seus, que somos todos nós”.

O também professor Luís António Silva, da Universidade do Minho, admite que possa haver a tentação de alguns candidatos autárquicos quererem acrescentar a “camada de dinâmica de vitória transportada de Marcelo para as suas campanhas”. Mas alerta que o Presidente

é alguém “com traços específicos de personalidade” e “uma pessoa muito segura de si”.

“Vamos imaginar um candidato que foi um excelente técnico e que é um excelente membro da concelhia, mas que nunca foi reconhecido por ter essa proximidade [que Marcelo tem] e essa relação mais afectiva. Ele não pode, de repente, aliar-se a uma imagem marcelizada e ter sucesso. Isso é muito difícil, as coisas não vão lá assim”, observa, ao PÚBLICO.

Afirmado não saber se a “forma de estar de Marcelo é uma fórmula que se consegue adaptar a outras personalidades e a outros contextos”, Luís António Silva toca numa questão que explica o capital de popularidade do professor. “Há uma coisa que o Presidente da República tem e que o tornou único: a questão vital de ser presença assídua da casa de todos os portugueses durante anos seguidos (na televisão). Isto dá-lhe um capital de notoriedade muito acima do resto dos políticos”.

A terminar, o professor da Universidade do Minho detém-se nos traços do Presidente: “São muito específicos da sua personalidade e nesta fase podem já não ter muito a ver com estratégia de autopromoção, mas mais com uma postura pessoal muito próxima daquilo que ele realmente é”.

Contas e Financiamentos Políticos.

“Do ponto de vista analítico, o que é que Rui Moreira tem para apresentar aos eleitores [nestas eleições]? Não tem coisa nenhuma, além do que apresentou há quatro anos quando se candidatou. E como não tem nenhuma proposta nova para apresentar, Rui Moreira está a cavalgar uma onda de popularidade num trabalho feito do ponto de vista da comunicação e da assessoria que lhe permite ter esta liberdade de acção”.

Moreira acha que ganhou?

“Rui Moreira não apresenta *outdoors* porque acha mesmo que as eleições estão ganhas”, acrescenta Luís António Silva, em declarações ao PÚBLICO, recordando, a propósito, que em 2001 “já houve um candidato assim [Fernando Gomes] que também achava que já tinha ganho, mas depois as coisas não lhe correram assim tão bem”. “Não sei se as pessoas que gem a campanha de Rui Moreira têm essa percepção histórica, mas as pessoas no Porto, às vezes, não gostam de gente que acha que já ganhou e que controla”, observa o professor. “Não tendo uma mensagem nova para passar, Rui Moreira pode sempre dizer: ‘Olhem para o que eu fiz’. Eventualmente, haverá pessoas que se sentem confortáveis com o que ele fez, mas há um outro candidato que discute se o que ele fez foi mesmo ele ou foi o outro candidato”, declara numa alusão a Manuel Pizarro, que é candidato à Câmara do Porto e que até Maio tinha um acordo político para a governação da autarquia com Moreira.

Quanto a Narciso Miranda, o professor aceita que na decisão estejam questões de natureza financeira. “Narciso Miranda tem um capital adquirido, que é grande, e que tem ainda uma ressonância muito forte num sector da população de Matosinhos que já lá vive há muito tempo”, afirma, rezeando que, sem a visibilidade dos *outdoors*, o candidato independente consiga chegar a um eleitorado mais jovem.

Edson Athayde considera que “é natural que candidatos que têm muita notoriedade não precisem de ser destacados”. “Tudo tem o seu tempo e os *outdoors* tendem a acabar, como aconteceu com os comícios dos partidos políticos”, afirmou ao PÚBLICO o publicitário para quem nesta matéria não há uma receita única. “Cada

candidatura tem a sua própria dinâmica”, acrescenta.

O PÚBLICO tentou encontrar junto da direcção de campanha de Rui Moreira uma explicação para o facto de até agora o candidato independente não ter afixado nenhum cartaz na cidade, mas Nuno Nogueira Santos, director de campanha, não quis falar.

Já Narciso Miranda fala de orçamentos apertados e diz que um dos objectivos da sua campanha é gastar pouco e daí que tenha apostado nesta fase em não colocar cartazes de campanha. “Sinto que a minha campanha é muito forte no terreno, mas frágil no financiamento. Queremos gastar apenas o essencial”, reitera, revelando que “muita gente” lhe pergunta se vai mesmo ser candidato. “Muitas pessoas perguntam-se por mensagem e por email se não vou ter cartazes meus nas ruas de Matosinhos, legitimando a minha candidatura”.

O antigo presidente da Câmara de Matosinhos assume que a decisão de não colocar cartazes no concelho nesta fase decorre de uma “decisão estratégica” da sua direcção de campanha. “Em Matosinhos, há uma floresta de cartazes e há candidatos que já afixaram novos *outdoors*”, conclui Narciso, que não fecha completamente a porta a haver cartazes seus na rua... lá para Setembro.

Mas se a norte são os independentes a evitar cartazes, no Algarve é o PSD que atira a afixação de *outdoors* com os rostos dos candidatos para mais tarde. Esta situação não se verifica em todos os concelhos. O social-democrata Hélder Cabrita, candidato à Câmara de Aljezur, vai ter de esperar pelo próximo mês para se ver espalhado pelo concelho, onde o PSD concorre coligado com o CDS. “As pessoas entenderam que a campanha só devia começar em Setembro, pelo que os cartazes só nessa altura é que vão ser afixados”, declarou fonte social-democrata.

Na mesma situação estão concelhos como Alcoutim, Monchique, Lagoa e Tavira. E a questão não se prende com os candidatos, porque esses estão todos escolhidos, mas sim com o *timing* da campanha eleitoral. Em 15 concelhos do Algarve, o PSD tem cinco presidências de câmaras e em dez concorre em coligação com o CDS, segundo o anúncio feito pelos dois partidos em Março.

margarida.gomes@publico.pt



NELSON GARRIDO

250

Valor máximo, em euros, que os partidos podem gastar para imprimir cada cartaz de oito por três metros

0,33

Custo máximo, em centimos, que os partidos podem pagar para produzir chapéus de palha (unidade) de propaganda



MIGUEL SILVA

Marcelo abdicou de cartazes, mas foi presença assídua na TV



Edição Lisboa • Ano XXVIII • n.º 9967 • 1,20€ • Quarta-feira, 2 de Agosto de 2017 • Director: David Dinis Adjuntos: Diogo Queiroz de Andrade, Tiago Luz Pedro, Vítor Costa Directora de Arte: Sónia Matos




Genética
Japão
deu-nos
os primeiros
crisântemos
azuis

Ciência, 29



P2

Verão

Empresas históricas
Pastéis de Belém, um segredo (bem) guardado há 180 anos

Verões quentes
Regresso a 2011: quando a austeridade veio para ficar

Caderno especial diário de oito páginas

Pais vão poder estar no bloco quando filhos são anestesiados

Hospitais têm de criar condições até ao fim do ano para que presença de um dos pais no bloco operatório e no recobro seja possível. Decisão final será do médico. Objectivo é reduzir ansiedade das crianças **Sociedade, 9**



ADRIANO MIRANDA

Pedrógão Grande
Comunicações
continuam a falhar
dois meses depois
da tragédia

p16 a 18

Problemas informáticos atrasam cartão de cidadão

Governo diz que dificuldades estão resolvidas, mas admite que tempos de espera não voltaram à normalidade **p10/11**

HOJE Valérian
2.º álbum duplo:
O Império dos Mil Planetas/O País sem Estrela



Por + 8,90€

Cartazes nas campanhas eleitorais já não são unânimes

Marcelo Rebelo de Sousa não os usou nas presidenciais. Rui Moreira e Narciso Miranda, entre outros, não os usam nas autárquicas. Os cartazes ainda fazem sentido? **p6/7**

Maduro avança pelo caminho da repressão na Venezuela

Detenção dos líderes da oposição na Venezuela afastou qualquer dúvida sobre o caminho a seguir por Nicolás Maduro: confronto e repressão **p2 a 4**

Brasil decide hoje se Temer será julgado por corrupção

Câmara dos Deputados reúne-se hoje para decidir se aceita a denúncia contra o Presidente, Michel Temer, suspeito de corrupção na Operação Lava-jato **p30**

Novo hospital de Lisboa permite poupar 68 milhões por ano


Novo hospital vai custar 532 milhões, mas a transferência de seis outras unidades para o mesmo complexo permite, segundo o Governo, poupar 68 milhões por ano **p12**

PUBLICIDADE

SIEMENS

Ingenuity for Life

Prevenção de incêndios em edifícios com detetores inteligentes



siemens.pt/incendios

ISSN-0872-1548