



## Gean tem maior tempo de propaganda e desafio de fazer valer experiência da Capital

**N**esta sexta-feira, a campanha entra em fervura com a propaganda de rádio e TV. O horário eleitoral que, aliás, não é gratuito já que mobiliza R\$ 737 milhões em renúncia fiscal de Imposto de Renda para as emissoras, coloca a discussão na rua e permite a comparação entre os candidatos.

A coligação Bora Trabalhar de Gean Loureiro (União Brasil) detém o maior tempo, 2 minutos e 23 segundos, seguida de perto por Décio Lima (PT), com 2 minutos e 12 segundos para a Frente Democrática. Carlos Moisés (Republicanos) tem 1 minuto e 49 segundos, Esperidião Amin (PP) 1 minuto e 40 segundos e Jorginho Mello (PL) 43 segundos.

A campanha de Gean tem o desafio de torná-lo conhecido em toda Santa Catarina. Mais do que isso, de conseguir apresentar como vantagem o que conseguiu fazer como prefeito de Florianópolis nesse Estado tão peculiar, com importantes polos regionais, onde a capital não é a maior ou mais importante cidade. Ao contrário, até os anos 2000 pelo menos, a capital simbolizava o peso do Estado e a distribuição desigual de recursos por concentrar a única universidade e os cinco hospitais públicos.

Hoje, é verdade, a capital dos catarinenses é queridinha do Brasil e o candidato terá tempo e recursos para mostrar, como diz, suas mais de 2 mil obras. Até o momento, é a campanha com mais dinheiro em caixa, são R\$ 3,3 milhões já entregues pelo fundo partidário. E conta com o publicitário Fábio Veiga, que elegeu e reelegeu Raimundo Colombo ao governo, por exemplo.

O lageano, agora candidato ao Senado, aliás, que foi escanteado para abrir a cabeça de chapa ao ex-prefeito da Capital, lidera com margem a pesquisa do Ipec para NSC ao Senado.



Divulgação: Crea-SC

### Orgulho e poder

As engenheiras Angela Paviani, presidente em exercício do Crea-SC, e Kamila Rodrigues da Silva, diretora regional em Criciúma, participaram esta semana de sessão solene na Câmara dos Deputados alusiva ao Dia Internacional das Mulheres na Engenharia 2022. Além das homenagens, o evento discutiu empoderamento das mulheres com representante da ONU, as políticas nacionais e perspectivas e organização do Fórum do Programa Mulher dos conselhos regionais.

### TV conta

Depois dos resultados eleitorais de 2018, a tendência seria minimizar o impacto das inserções de mídia, mas como bem alertam os marqueteiros, a eleição do Bolsonaro não serve de parâmetro. Com a fachada desferida contra o candidato, em 6 de setembro de 2018, ele conseguiu horas e horas de noticiário, espaço com maior credibilidade que o da propaganda. E foi poupado de debates, por exemplo. Então, não é verdade que tenha conseguido se eleger só com rede social.

### 4 X 4

Na equipe de comunicação de Moisés, os números do Ipec para NSC são vistos como positivos. Especialmente porque Gean Loureiro, com 8%, ficou bem atrás do primeiro pelotão formado pelo atual governador, Jorginho e Amin. Gean era tido como um candidato perigoso porque parecido com o atual governador no quesito apelidado por eles de quatro por quatro. Ambos andariam bem em qualquer terreno, podendo crescer tanto no eleitorado que defende a ciência, quanto o da cloroquina. Também porque estimam que Moisés tenha 35% de aprovação do governo e a rejeição estaria baixando, uma vez que nos piores momentos, durante o impeachment, ela já passou de 50%.

### Dupla

Pelo monitoramento da rede social, Moisés e Jorginho são os que conseguem maior engajamento e alcance. Como na pesquisa, mesmo num cenário tão fragmentado, sinalizam maiores chances de segundo turno. Jorginho tem a seu favor o número 22 de Bolsonaro para o momento da urna eletrônica. Talvez por isso, Esperidião Amin tenha tornado mais radical seu discurso nos últimos dias sobre vacinas, lockdown e até em defesa dos empresários Luciano Hang e Marco Aurélio Raymundo, o Morongo, na investigação da PF sobre mensagens golpistas.

**TEM MAIS INDÚSTRIA NA SUA VIDA DO QUE VOCÊ IMAGINA.**

