

<b>Público</b>	Periodicidade:	<b>Diário</b>	Temática:	<b>Política</b>
	Classe:	<b>Informação Geral</b>	Dimensão:	<b>215 cm<sup>2</sup></b>
	Âmbito:	<b>Nacional</b>	Imagem:	<b>N/PB</b>
	Tiragem:	<b>82829</b>	Página (s):	<b>3</b>

05-02-2005

# Convencer os indecisos na rua

*PSD privilegia contacto com os eleitores. Volta do líder dispensa Açores e Madeira*

Convencer os indecisos na rua. Este é o objectivo do PSD para a campanha eleitoral. O PSD quer levar os eleitores deste partido, em 2002, a voltar a votar no PSD. “Valorizamos e beneficiamos os debates, entrevistas, contactos com a comunicação social, jantares, comícios”, explicou ao PÚBLICO o director executivo da campanha, Carlos Coelho. Segundo este social-democrata, o PSD quer “potenciar ao máximo os encontros do dr. Pedro Santana Lopes com os portugueses”. “Um dos trunfos de Santana é a capacidade de comunicar e de contactar com as populações. É uma mais-valia no terreno”, explica.

Há várias semanas, num encontro com as distritais, o presidente do PSD tinha sugerido uma campanha diferente e inovadora. Carlos Coelho diz que isso não faz muito sentido porque “não se deve reduzir o contacto do candidato em iniciativas apenas com cinco ou seis pessoas”. O director executivo lamenta que ainda não tenha

passado a mensagem das “diferenças entre o programa do PSD e o do PS” e, a propósito das acusações de campanha negra, feitas pelos socialistas, diz que “é a comunicação social que está a estimular isto”. “Têm segundas interpretações, como está toda a gente com a pedra no sapato... Temos cuidado com as palavras que se usam”, afirma.

No período oficial de campanha, Santana vai dividir-se entre iniciativas

como candidato e como primeiro-ministro. À partida, a agenda como candidato, distribuída aos jornalistas, não é muito preenchida. Resta saber o que pretende Santana fazer como primeiro-ministro. Na segunda e terça-feira, não há nada programado por causa do Carnaval.

O plano da volta foi alterado cinco vezes por causa da agenda do primeiro-ministro, da gripe, dos debates. “Foi um bocadinho mais delicada e mais difícil de fazer”, explica. Segundo a direcção do PSD, o “objectivo é ir a todo o lado, todo o país, todos os sítios são importantes porque há mandatos a conquistar em todo o lado”. Uma vez que na pré-campanha, Santana já deu uma volta pelo país, vai agora passar pelo Algarve, Setúbal, Trás-os-Montes, Aveiro, Porto, Viana do Castelo, Braga, Coimbra, Leiria, Viseu e volta a Lisboa. Amanhã, as caravanas do PSD e PS cruzam-se em Castelo Branco. O comício de encerramento é no Porto.

A volta do líder não vai nem aos Açores, nem à Madeira. A direcção do PSD entende que os líderes regionais (Jardim e Mota Amaral) têm força suficiente para fazerem campanha sozinhos. Os notáveis ao lado de Santana serão muito poucos. Por enquanto, está previsto um encontro com Durão Barroso, hoje, e uma iniciativa com “vultos da cultura”, nas palavras do PSD. A JSD vai acompanhar o líder em duas camionetas decoradas com o “slogan” “Geração Portugal”.

Quanto ao CDS, parceiro governamental, Coelho lembra que “é um partido autónomo” com o qual “há um acordo para formar Governo” e que não está previsto que os dois líderes se encontrem em campanha, a não ser nos frente-a-frente da SIC Notícias, cuja data está ainda a tentar ser acertada. A anteceder a entrada de Santana nos jantares e nos comícios é certo o vídeo com a música “Guerreiro-menino”. O presidente do PSD “revê-se muito” naquela letra (um original de Gonzaguinha), explica Carlos Coelho, acrescentando que conjuga a imagem de alguém “corajoso” e “sensível”, ao mesmo tempo. ■ H.P.

## NÚMEROS do PSD

**Resultado em 2002**  
40,15 por cento  
102 deputados

**Melhor resultado 1991**  
50,60 por cento  
135 deputados

**Pior resultado 1976**  
24,38 por cento  
73 deputados

**Meta eleitoral:** ter, juntamente com o CDS, mais votos que a esquerda

