



Os principais partidos divergem quanto ao papel do Estado nos sectores cujos indicadores contribuem para o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). As diferenças entre os partidos de Esquerda e de Direita é evidente quanto ao peso dos privados na Economia, Educação e Saúde

Tiago Sousa Dias/Correio da Manhã


OS PARTIDOS

 O PS aponta cinco linhas de acção para relançar a economia: “investimento público modernizador, apoiar as PME, internacionalizar a economia, Pacto para o Emprego e parceria com o sector social. Na Educação, o PS quer alargar as oportunidades de qualificação certificada e na Saúde ter as Unidades de Saúde Familiar em todo o País até 2013.

 Ainda sem programa, o PSD indica nas bases aprovadas no Conselho Nacional que quer “combater o facilitismo” na Educação, “a base do livre desenvolvimento da pessoa”. Na Saúde pede melhor “acessibilidade aos serviços”, enquanto aposta no investimento privado e exportações, e exclui as grandes obras públicas, para “retomar o crescimento”.

 Promover a economia social, proteger as microempresas e subordinar a banca a políticas públicas de crédito são propostas na área económica. Na Educação, universalidade, obrigatoriedade e gratuidade são conceitos-chave, e na Saúde o BE propõe “sistemas locais de saúde como modelo organizativo e funcional do Serviço Nacional Saúde.

 Na Educação e na Saúde, o PCP quer serviços públicos de qualidade e gratuitos “libertos das imposições e dos interesses privados”. Na política económica, os comunistas apostam no “crescimento significativo do investimento público, ampliação do mercado interno, acréscimo das exportações e o aparelho produtivo nacional como motor económico.

 As empresas privadas são o factor fundamental de crescimento”, indica o CDS/PP, que vê no apoio às PME o “coração da política económica”. Nas linhas gerais do programa, que ainda não é conhecido, os populares clamam por “educação de elevada qualidade” e defendem uma “reformulação lúcida e corajosa do Estado Providência”.

O peso do Estado na Educação, Saúde e Economia gera divergência entre os partidos de Esquerda e de Direita.

DIÁRIO DA PRÉ-CAMPANHA

Com o País a banhos a pouco mais de um mês das eleições, como podem os partidos captar a atenção do eleitorado em férias? Tornar a mensagem política mais “light” ou “humanizar” o candidato são algumas das opções

Do “Magalhães” nas palavras cruzadas a Francisco Louçã de “chinela no pé”

Com as legislativas no final do Verão, os partidos são obrigados a recorrer a uma dose suplementar de criatividade para delinear uma estratégia que lhes permita chegar ao eleitorado. O PS vai distribuir um jornal de campanha “simples e de fácil leitura” à saída das praias, Francisco Louçã vai percorrer a zona costeira e os jovens do PSD vão tentar captar o voto dos jovens no Algarve.

Tornar a mensagem política mais “light” e aproveitar um mês em que o País está a banhos para preparar a “caravana” que sairá em breve para a estrada, são conselhos dos especialistas. “Os partidos podem aproveitar estas semanas para realizar estudos de opinião sobre o candidato, de tal forma que quando comece Se-

tembro e faltem apenas três semanas para as eleições, o partido tenha mais informação sobre o posicionamento do candidato que permita corrigir ou manter a estratégia eleitoral”, detalha o consultor político Yuri Morejon. Para este especialista em campanhas eleitorais, o Verão pode ser aproveitado também para preparar os materiais de campanha, divulgar “spots” breves, organizar as equipas de voluntários e encerrar a agenda de encontros para a campanha.

O jornal socialista “Avançar Portugal”, com tiragem de 200 mil exemplares, opta por “poupar” a imagem de Sócrates – só aparece na secção “descubra as diferenças” – e traz nas palavras cruzadas o nome de programas

do Governo, como Novas Oportunidades, Plano Tecnológico ou “Magalhães”. Também a JSD vai estar nas praias até 28 de Agosto com uma “volta de Verão” dirigida aos jovens que se estreiam na ida às urnas. “A tua primeira vez, não deixes que escolham por ti”, é o mote da estrutura jovem dos social-democratas. Os partidos mais pequenos tentam também aproveitar o vazio noticioso da época para aparecer nos media.

“É importante não saturar o eleitor com uma mensagem muito política nas férias. Pode-se simplificá-la, recordando a posição do partido em determinada matéria, ou potenciar a imagem de pessoa “normal” do candidato, fazendo-o aparecer em espaços do dia-a-dia”, resume Morejón. **AL**

Aguiar-Branco: “Temos um Governo sob suspeita”



Direitos reservados

“Temos um Governo sob suspeita”, acusou sexta-feira à noite o vice-presidente do PSD, Aguiar-Branco referia-se ao Freeport e aos contratos dos contentores de Alcântara, entre outros casos. Vieira da Silva qualificou as declarações do dirigente do PSD na Festa do Pontal, de “graves”, considerando que revelam um “combate político ao seu mais baixo nível”.