

Campanhas eleitorais terão de contar a verdade para conquistar votos

[Clique aqui para ver a notícia no site](#)

"A pauta essencial para o país provavelmente não será a melhor eleitoralmente para os candidatos. Talvez esteja aí uma das razões do centro, pelos nomes ou pelo discurso, não empolgar a população". Por Fábio Bernardi, sócio-diretor de criação da Morya Escândalos políticos revelados quase semanalmente. Greve dos caminhoneiros. Desabastecimento. Quase 13% de desempregados. Quase 1% de inflação em junho, segundo as previsões. Pão, frango e gasolina mais caros, afetando todas as faixas de renda. Trabalhador informal ganhando 10% menos do que há quatro anos. Dólar nas alturas. Renda média crescendo a metade do que em 2017. Receio de piora do mercado de trabalho. 82% dos brasileiros achando o governo Temer ruim ou péssimo, o pior da história. Cenário de extrema desconfiança nas instituições e nas autoridades. Recorde de brancos e nulos, segundo o Datafolha. Eleitor inclinado ao não voto ou à polarização raivosa. Quase 50% dos votos para presidente distribuídos entre um preso e um defensor da ditadura, ambos com visão estatizante. Salários do funcionalismo parcelados há mais de dois anos no Rio Grande do Sul. Deterioração do cenário econômico, medo nas ruas e ódio contra a política em geral. Vinicius Torres Freire perguntou na Folha de S.Paulo neste último domingo: "Como o povo que leva esta vida vai julgar programas de governo que preguem reformas?" E eu pergunto: como o povo que leva esta vida iria julgar a privatização, caso houvesse um plebiscito que o obrigasse a dar nove (nove!) votos na urna de uma só vez? De um lado, teremos nas eleições deste ano uma tendência de aderência a discursos populistas, demagógicos e voluntaristas. De outro, a necessidade de se enfrentar a agenda de responsabilidade fiscal, reformas, corte de gastos e privatizações, medidas que são amargas e se chocam com as aspirações idealizadas do eleitor. A pauta essencial para o país provavelmente não será a melhor eleitoralmente para os candidatos. Talvez esteja aí uma das razões do centro, pelos nomes ou pelo discurso, não empolgar a população. Se é certo que corrupção, segurança e emprego estarão no centro de decisão do eleitor, ainda resta a dúvida se jogarão para o subterrâneo da campanha a pauta econômica e fiscal, antipáticas para o presente mas cruciais para o futuro. Há 10 anos, 31% dos brasileiros consideravam nossas eleições honestas, segundo estudo da **FGV Social**. Hoje, apenas 14% acham isso, contra a média mundial de 53%. É neste ambiente que discussões como privatização de estatais estarão inseridas. O que o mercado deseja de um candidato quase nunca é o mesmo a que aspira o eleitor comum – mesmo quando se igualam no objetivo, divergem no caminho, já que partem de pontos e de visão muito diferentes. As campanhas terão de encontrar uma forma de falar a verdade e conquistar votos ao mesmo tempo. Porque, como em todas as eleições, ao final vencerá a mesma ideologia de sempre: a da realidade.