

### POLÍTICA

# Economia vai ditar rumo dos votos

Com a população economicamente ativa sendo a maioria do eleitorado no Distrito Federal, candidatos precisarão enfrentar pautas que afetam diretamente o bolso e apresentar propostas concretas para a melhoria de vida dos brasilienses

» PEDRO MARRA  
» JULIANA OLIVEIRA

O empobrecimento experimentado pelo país nos últimos anos pesará nas urnas nas eleições de outubro. Com a inflação acima dos dois dígitos e o aumento da informalidade, especialistas acreditam que o pleito deste ano será marcado pelo pragmatismo. No Distrito Federal, onde vivem 2.205.596 eleitores, 88% têm mais de 18 anos e estão em idade economicamente ativa. Ou seja, quem almeja um cargo majoritário ou proporcional no pleito precisa estar conectado com os anseios da população que movimenta a economia da capital do Brasil. E precisa falar para um contingente esmagador que vive fora das asas do Plano Piloto, região que detém menos de 4% dos votos, conforme os dados do Tribunal Regional Eleitoral (TRE-DF).

Maria Aparecida Corrêa Viana, 45 anos, está no espectro mais almejado pelos candidatos. Ela é moradora de Ceilândia que, com Brazlândia, foram a segunda maior zona eleitoral do DF, com 151.436 votantes. A autônoma percebe a política nas ausências cotidianas. Vendendo marmitas a R\$ 10 para sobreviver, ela afirma que não se sente amparada pelo Estado. Com a ajuda do marido, 34, e do filho, 19, no pequeno comércio, a preocupação com o sustento é urgente e gera incertezas. “No mês passado, tive que fazer um fogão à lenha em casa para economizar o gás de cozinha”, conta a vendedora, que há oito meses vive com a família em um terreno cedido pela igreja evangélica que frequenta. O socorro veio em boa hora, pois não tinham mais como pagar o aluguel.

Mesmo sem ter candidatos definidos, Maria Aparecida sabe o que atende a sua realidade e defende a criação de um benefício para os vendedores na mesma situação em que está. “Devia ter um auxílio para quem trabalha na rua”, diz. No começo de 2020, ela abriu um restaurante no Setor O, mas precisou fechar após a chegada da covid-19. “Por isso, eu espero que os políticos sejam fiéis ao que eles falam, porque falar é uma coisa, e cumprir é outra”, destaca Maria.

### Além do Plano

Para o consultor e professor de comunicação e marketing político Marcelo Vitorino, as competências dos Poderes e a importância da escolha dos políticos nem sempre está clara para a população, e a primeira barreira, muitas vezes, é tornar esse processo tangível para o cidadão. “Quanto mais periférica a região, maior é a tendência de crer que as políticas públicas são pensadas apenas para o Plano Piloto”, analisa.

Marcelo Vitorino acredita que os brasilienses direcionarão as escolhas para aqueles candidatos que conseguirem sinalizar para as áreas mais distantes do centro. “A pandemia tirou de cena debates ideológicos. No geral, a população está endividada. Então, o que vai pesar são propostas para melhoria econômica e social”, afirma.

A projeção é compartilhada pelo mestre em ciência política

e professor de direito eleitoral do Centro Universitário de Brasília (Ceub) Alessandro Costa. Simpatia, promessas e apertos de mão não serão suficientes no atual cenário. “Essa campanha será marcada pela busca, por parte do eleitor, de propostas viáveis”, argumenta o estudioso.

A escassez de empregos, a violência urbana, a saúde pública e as demandas do transporte público serão pontos decisivos para a escolha dos próximos gestores e representantes populares. “Os candidatos terão que oferecer soluções para esses e outros problemas da cidade sob risco de verem seus votos minguares”, ressalta Alessandro Costa.

Camila Galetti, mestre em sociologia pela Universidade de Brasília (UnB), alerta para o peso do voto feminino, o que corresponde a 54% dos eleitores do DF. “A maioria é chefe de família e tem que pensar que, elegendo outras mulheres, podem se atentar a pautas como dupla jornada de trabalho, creches para crianças, que são exigências que perpassam pela representatividade.”

### Peso da carestia

Os sucessivos aumentos no valor das compras do mercado, da gasolina e de outros itens têm preocupado o professor de inglês Lucas Calado, 40, que vive há um ano e meio em Águas Claras, maior colégio eleitoral do DF, com 160.658 votantes. “Esse impacto nos alimentos e na relação de prestação de serviço vai afunilando. Sou autônomo, e interfere nas minhas prioridades, como a compra de um abate, por exemplo, que era R\$ 6 o quilo, antes da pandemia, agora, está a quase R\$ 10, em média, com 40% de aumento”, constata o educador.

Para o vendedor de uma loja de bonés e relógios na Feira Central de Ceilândia Emanuel Valdevino, 42, quem vive de emprego informal não consegue manter a renda. “Aluguel, gás, comida no mercado são as maiores dificuldades, porque o dinheiro está saindo, mas não está entrando”, lamenta o morador de Ceilândia. Segundo ele, as vendas caíram mais de 50% em relação ao período anterior à pandemia. “O poder de compra do cliente caiu, tanto que o que a gente vende está barato, mas os itens do mercado estão caros”, compara.

Emanuel gostaria de ter mais informações a respeito dos deputados distritais e vê-los na rua, em contato com o povo. “Só alguns distritais vêm, aqui, na feira conversar com a gente. Isso faz diferença, ter quem ouça as nossas demandas, para a gente votar mais certo, na pessoa que está do lado da gente, porque erramos muito em 2018, pelo que percebi nos preços”, opina Emanuel.

Alexandre Araújo, 44, dono de uma empresa que terceiriza mão de obra, confessa que a rotina no Park Way, onde mora, não enfrenta tantas dificuldades. Mas destaca que a alimentação no mercado e fora de casa aumentou. “O meu voto vai ser decidido pelas propostas ligadas à economia, porque acaba afetando todo o resto”, alega.

Fotos: Ed Alves/CB/D.A Press



Aumentos no valor das compras do mercado têm preocupado o professor de inglês Lucas Calado



Emanuel Valdevino, 42, gostaria de ver os políticos em contato mais direto com o povo da cidade



A ambulante Maria Aparecida Viana, 45 anos, acredita que deveria haver auxílio para vendedores de rua

### Maiores colégios do DF

- 1ª 15ª zona eleitoral (Águas Claras): 160,5 mil eleitores (7,2%)
- 2ª 16ª zona eleitoral (Ceilândia Norte e Brazlândia): 151,4 mil eleitores (6,8%)
- 3ª 13ª zona eleitoral (Samambaia): 137,7 mil eleitores (6,2%)
- 4ª 8ª zona eleitoral (Ceilândia Centro): 137,6 mil (6,2%)
- 5ª 6ª zona eleitoral (Planaltina): 136,2 mil (6,1%)
- 6ª 9ª zona eleitoral (Guará e Cidade Estrutural): 132 mil (5,9%)
- 7ª 5ª zona eleitoral (Sobradinho): 129,5 mil (5,8%)
- 8ª 17ª zona eleitoral (Gama): 128,3 mil (5,8%)
- 9ª 18ª zona eleitoral (Lago Sul, São Sebastião e Jardim Botânico): 127,6 mil (5,7%)
- 10ª 10ª zona eleitoral (Núcleo Bandeirante, Riacho Fundo, Park Way e Candangolândia): 119,9 mil (5,4%)

### Palavra de especialista

## Desafio do marketing político

**MARCELO VITORINO, consultor e professor de comunicação e marketing político**

“Não basta falar de investimentos em saúde, é preciso que o cidadão entenda como a UBS (unidade básica de saúde) chega a sua casa, como melhora a sua vida e que tem a participação do seu candidato. Um caminho para chegar a essas pessoas é contar histórias, é uma maneira de demonstrar como a transferência de renda ocorre. Nestas eleições, os candidatos ainda terão outro desafio: as redes sociais. O combate às fake news precisa de gestão qualificada, assim como fazer os conteúdos chegarem aos eleitores, uma vez que o acesso orgânico nas redes sociais é reduzido. Para esse trabalho, é necessário contratar profissionais preparados, que, em ano eleitoral, não estão em grande disponibilidade no mercado.”