

Acontece esta edição sair entre dois momentos de decisão dos portugueses. Ou para ser mais coerente com os números, dois momentos de decisão para alguns dos portugueses. Na semana passada escolhemos os deputados na Assembleia da República e o primeiro-ministro, na próxima vamos decidir quem se sentará durante quatro anos nas cadeiras do poder das câmaras e juntas de freguesia. Costa Brava.

A propaganda, que não é um conceito novo, já nos chega há umas semanas a casa, com as promessas todas que os candidatos escolheram para piscar o olho ao eleitorado. E seduzem, mesmo que sejam impraticáveis, ou de prioridade discutível. Cabe a todos nós descodificar as mensagens e votar conscientemente naquele, ou naquela que julgamos vir a fazer o melhor trabalho. Costa Brava.

E quando as promessas se misturam, como quando todos defendem um caminho mais ecológico, isso acontece por duas razões: Um - Estamos todos convictos de que é mesmo necessário mudar a estratégia do desenvolvimento humano e verdadeiramente preocupados, quanto mais não seja com o conforto da nossa espécie. Dois – É moda e garante votos, além de ser politicamente correcto. Costa Brava.

No fim, fica a sensação de que apenas interessa qual é o partido vencedor, qual a melhor estratégia de comunicação. Para trás ficam as necessidades do costume, e nisso, a Costa Brava é um bom exemplo dos maus exemplos. Desculpem lá a redundância, é de ler tantos panfletos eleitorais.

Luís Santos