

Marta Suplicy: Análise da Derrota

Contribuição de Oratória Brasil
27 de outubro de 2008
Última Atualização 27 de outubro de 2008

Como é possível uma ex-prefeita perder uma eleição, quando esta: a) pertence a um partido com forte base municipal, b) tem apoio claro de um presidente da república com grande popularidade?

Existem fatores que alguns analistas parecem não ter entendido. Primeiramente, há uma total desvinculação da imagem presidencial com o PT, o partido que Lula ajudou a fundar. Isso porque parece nítido às massas as grandes diferenças entre os "tipos" de petistas existentes. E, por outro lado, o próprio presidente, ao usar os famosos "eu não sei de nada", acabou por passar a idéia de que seu partido, acusado de corrupção e envolvimento em crimes, é uma coisa, e ele outra.

Não haveria muito o que se fazer. Ou o presidente Lula se distanciava do partido e ganhava imunidade, ou poderia, àquela altura, sofrer até um impeachment.

Ocorre que toda estratégia tem seu lado negativo. E esse foi exatamente o de tornar Lula um ser à parte do PT, acusado de corrupção, favorecimentos, etc.

E, quanto a Marta Suplicy, que disputou a eleição municipal para a prefeitura de São Paulo, talvez conseguisse mais votos se tentasse tal desvinculação, mas não o fez.

Por outro lado, há a questão pessoal. Marta Suplicy padece dos males de sua classe social e berço: a arrogância. Infelizmente, esse "transpirar de esnobez", que sua oratória transparece, quer pelo modo de entonar a voz, quer pelo comportamento gesticulativo geral, a põe em contradição com aquilo que o PT diz ser: do povo.

E creio, não há equipe de comunicação que dê jeito em candidato, quando ele mesmo não tem a humildade de reconhecer que algo deve ser mudado. Tal qual Lula fez ao adotar o estilo "Light" e abandonar o bravatismo de outrora.

Por fim, há grosseiros erros de marketing e propaganda cometidos pelos incompetentes que administraram a campanha de Marta, vamos citar os principais:

a) o ataque reacionário ao estado civil de Kassab: Isso foi a gota d'água. Somente uma equipe muito, mas muito incompetente mesmo poderia pensar nisso. Ora, será que ninguém teve cérebro de imaginar que numa cidade que possui (por baixo) entre 10% a 20% de gays e simpatizantes, isso poderia ter um impacto tremendamente negativo?

Perseguir e acusar um ser humano por suas preferências sexuais? Bem, essa baixez custou não apenas a prefeitura, mas deixou cicatrizes profundas na imagem de Marta, que serão exploradas sempre por seus adversários.

E veja, não interessa se essa foi ou não a intenção. Uma das regras de ouro da oratória é que você será julgado "POR AQUILO QUE O OUVINTE ENTENDEU SER" e não pelo que se pretendeu passar. Logo, uma comunicação inteligente teria de estar SEMPRE ALERTA para duplas interpretações. E isso é muito básico.

b) A exploração da imagem do Senador Eduardo Suplicy: Parece que umas boas aulas de retórica fariam bem à equipe de marketing de Marta. Ora, todos sabemos que o povo absorveu muito mal a separação de Marta e seu rápido casamento com um argentino (o casamento "rápido", foi pior ainda, pois deu margem a comentários).

Uma vez que o estrago foi feito, qual seria a melhor estratégia? DESCOLAR A IMAGEM DE MARTA SUPLICY DE EDUARDO SUPLICY... Isso seria o óbvio. Com o tempo o povo passaria a ver Marta como um ser não mais "atrelado" a Eduardo Suplicy.

Porém, o que fez a equipe de comunicação de Marta. Sim, cagada. Ao enfiar Eduardo (que sabidamente tem sentimentos por Marta) na campanha municipal, a impressão que se passa é a de um homem humilhado. Um homem que é admirado por muitos, sendo humilhado, ao fazer palanque com a ex-esposa que o trocou por um argentino...

Veja, todos sabemos que Marta, como qualquer ser humano tem o direito de fazer o que quiser da vida. Que é machismo baixo pensar assim. Que é regionalismo xenóforo condenar por que seu novo parceiro é argentino...

Ocorre que quem elege ou não, é o povo. E se uma campanha não tem cérebro suficiente para advertir um candidato a como RESPEITAR A VISÃO DO POVO, seja certa ou não (e isso, como diria o Prof. de Oratória Persuasiva e retórica, Iran Moreira Necho, "...está na raiz de todas as derrotas eleitorais..."), o resultado será óbvio.

Se tivesse feito a eleição, autonomamente, criando uma imagem própria e desvinculada de seu ex-marido, talvez uma "nova Marta" tivesse surgido. Mas parece que o P.T. insiste em contratar "especialistas" em comunicação mais com base em ideologia do que competência. O resultado somente pode ser esse.