

# Quem vencerá a próxima eleição

» MARCELO VITORINO  
Professor e estrategista de marketing político

Não há duas eleições iguais. A quantidade de variáveis em um processo eleitoral é grande demais para afirmar que o que deu certo em uma eleição também dará na próxima. Para vencer, é preciso atualizar conceitos, práticas e entendimentos sobre a comunicação política e a forma com que as mensagens serão interpretadas pelos eleitores — os verdadeiros decisores.

Quando falamos em campanhas eleitorais, podemos fazer uma analogia: as notas musicais disponíveis são as mesmas, mas o ritmo, a harmonia, a melodia e a música mudam de acordo com o momento, ditado pelo público e pelas circunstâncias.

Em 2018, o descontentamento com a política levou eleitores a optar por nomes menos conhecidos ou fora da política tradicional. Em 2020, com o pior momento da pandemia da covid-19, grande parte dos eleitores apostou em candidatos mais experientes. Em 2022, o debate político sobre a recuperação da economia foi o que mais interessou ao eleitorado.

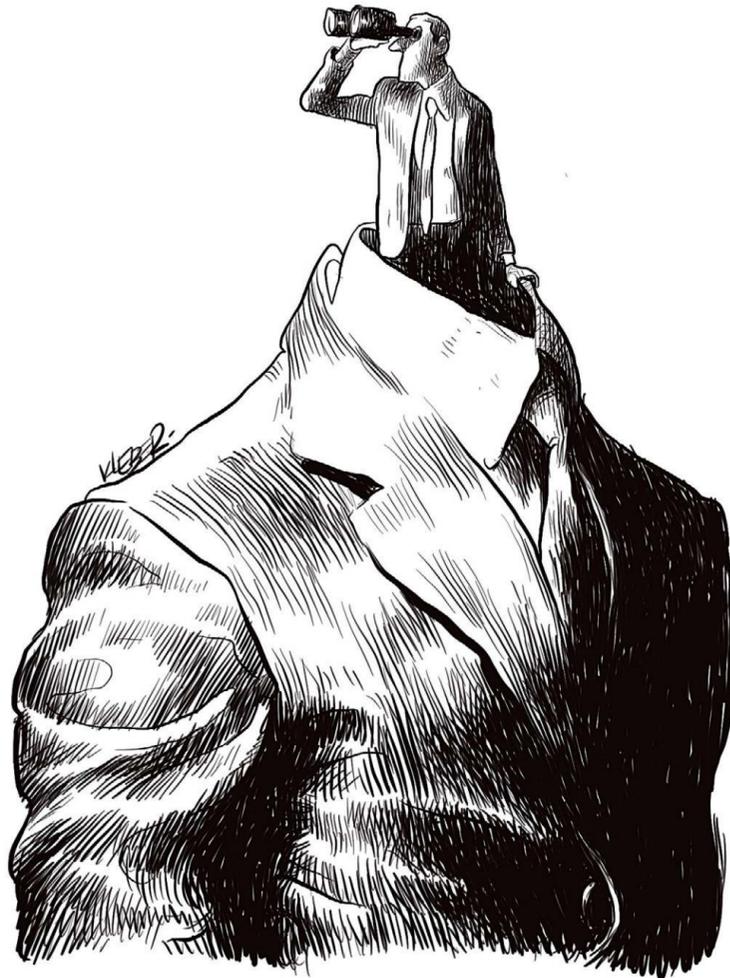
Com mais de duas décadas dentro da política, testemunhei eleições vencidas por um jingle “chiclete”, daqueles que grudam na cabeça dos eleitores, pelo desempenho de candidatos em debates, pelo uso de chavões ridículos e até mesmo pela sorte. Contudo, para previsões mais assertivas sobre o futuro, será preciso abandonar as exceções e olhar para a maior parte das campanhas brasileiras.

Uma campanha tradicional, em resumo, envolve um candidato que escolhe um partido, faz algumas alianças, define os pontos principais que defenderá (regionais, temáticos e ideológicos), posiciona-se como agente de transformação, contrata lideranças políticas para apoiá-lo, realiza inúmeras reuniões em que fala sobre si na maior parte do tempo, mobiliza pessoas nas ruas que mal conhecem seu nome ou sua história, usa as redes sociais para continuar falando de si, distribui uma quantidade enorme de material impresso e, quando tem televisão e rádio, usa um enlatado básico de comunicação composto por música, número, propostas, testemunhais, apoios e pedidos de voto.

A verdade é que a maioria das campanhas falha em criar uma conexão emocional genuína entre eleitores e candidatos. Muitas sequer contratam profissionais com experiência e entendimento atualizado sobre comunicação — ora por falta de recursos, ora por falta de compreensão de que o eleitor mudou a sua forma de ver a comunicação e a política, exigindo abordagens mais adequadas.

Embora muitas campanhas se concentrem em apresentar promessas ou feitos, devemos perguntar: quantos eleitores acreditam no que um político promete, sem conhecer bem sua história do candidato e o identificar de alguma forma como alguém que compreende a sua realidade?

O desafio das candidaturas não está nas



promessas, mas, sim, em quem as faz e como é percebido pelos eleitores que precisa conquistar. E nem é preciso conquistar a todos! Em uma eleição majoritária realizada em cidade de turno único, uma candidatura pode sair vitoriosa, dependendo do cenário, com menos de 25% dos votos válidos. Um vereador se elege com 1% dos votos válidos e, com 2%, provavelmente será o mais votado.

O processo eleitoral deste ano, provavelmente, sofrerá com o descrédito da classe política pela população. Acredito que haverá uma peneira feita pelos eleitores que inviabilizará muitas candidaturas. No marketing político, há uma máxima que diz que a decisão do voto é emocional, mas, agora, será necessário buscar mais elementos para reforçar essa decisão.

As campanhas que sairão vitoriosas, em

sua maioria, precisarão mostrar compreensão dos problemas dos eleitores, transparência na hora de se comunicar, reputação dentro do que se propõem a fazer e credibilidade nos posicionamentos ideológicos.

Menos verniz, menos fotos editadas, menos posturas infalíveis. Mais autenticidade, “gente como a gente”, com qualidades e defeitos. Um candidato que erra, reconhece, aprende, cai e se levanta. O político pode ser tradicional ou não, da “velha” ou da “nova” política, mas terá que ser prioritariamente verdadeiro para alcançar uma conexão legítima.

O uso de ferramentas de comunicação, como as redes sociais e comunicadores, como o WhatsApp, será muito importante, mas, sem uma comunicação atenta a esse novo marketing político, será como ter um Ferrari sem saber dirigir: caro, problemático e ineficaz.

## 2024, ano infinito

» ANTÔNIO CARLOS CÔRTEZ  
Advogado, psicanalista, membro da Academia Rio-grandense de Letras

“Senhor Deus dos desgraçados! Dizei-me vós, Senhor Deus!  
Se é loucura... se é verdade  
Tanto horror perante os céus...  
Ó mar! Por que não apagas  
com a esponja de tuas vagas  
de teu manto este borrão?...  
Astros! Noites! Tempestades!  
Rolai das imensidades!  
Varrei os mares, tufão!...”  
(Castro Alves, *O Navio negreiro*)

Em casos de enchentes como essa de 2024 no Rio Grande do Sul, faço reflexão. Os descendentes de meus ancestrais para cá trazidos à força pelo tráfico da Inglaterra, de Portugal e do Brasil devem ser indenizados por esses países.

Nasci em Porto Alegre, no ano de 1948, na colônia africana do Bom Fim. O dardejar da especulação imobiliária jogou meus pais para o bairro Bom Jesus, ao pé do Morro Santana. Mais tarde, fomos residir no Morro do Menino Deus, bairro cantado em versos por Caetano Veloso.

Hoje, o Brasil e o mundo se voltam para a tragédia que sofremos. O hino do estado tem versos que geram justa polêmica: “Povo que não tem virtudes acaba por ser escravo”. Como assim? Escravizado? Seu sangue e seu suor inundaram este chão do Brasil com seu trabalho especializado, será que não tinha nenhuma virtude?

Imagens, relatos e notícias de caos da enchente mostram-nos que 85% das periferias dos municípios gaúchos são de olhos pretos dos negros. Semblante, olhar e fisionomia

enrugada na testa. No rosto, nariz chato ofegante e cabelos encaracolados ou crespos. Sequer lindos dentes alvos são mostrados. Lágrimas quentes correm não para o mar, e, sim, na pele negra até o peito dolorido, e só.

Como psicanalista, recolho lição de Sigmund Freud sobre angústia: “É algo sentido pelo estado afetivo. Presente ausência de afeto. Desconforto compreensível em face a reação ao perigo. Perdas – materiais e espirituais”.

Negros que habitam o estado campeão no preconceito, segregação e racismo resistem sempre. O Grupo Palmares nasceu aqui justamente no mês de maio de 1971, há 53 anos. E por que mesmo? Voltando à psicanálise, esta dá conta do sentimento, do desejo que mergulha não na enchente, mas na ansiedade. O ego inclina-se por sua fragilidade diante da catex, que é o dispêndio de energia mental ou emocional numa pessoa, objeto ou ideia. O superego dá de ombros, pois não é com ele. O medo existe para os não negros.

Já os oriundos do continente africano vestem corpos dos lanceiros negros, que sequer tinham medo de baionetas e canhões. Preservação instintiva na ânsia da liberdade prometida, mas, ao fim, traída. O exército da solidariedade ensina aos então orgulhosos separatistas que o amor é o solvente do mundo. Que essas façanhas sirvam de modelo a toda a terra.

A pandemia fez brilhar no painel da vida a luz amarela, mas parece que não aprendemos nada. Veio a enchente, e o voluntariado — que está a fazer mais que todos os governos — tem no cavalo Caramelo o seu símbolo

preferido da resiliência.

Os demais estados brasileiros precisam aprender com nossos erros. O incêndio da Boate Kiss até hoje causa trauma nos familiares e amigos das vítimas. E também constatamos que leis de proteção ambiental foram flexibilizadas. Gestões municipais e estaduais não investiram como deveriam na prevenção. Isso é fato.

Não são os rios que invadiram as cidades, foram elas que ocuparam os espaços deles. Temos um lago em que passa um rio no meio. Os R\$ 90 bilhões da dívida do estado é o montante que vamos precisar para reconstruir a terra de Sepé, João Cândido e Paixão Côrtes. Se no entorno não construímos vários parques que funcionem como esponjas, vamos sofrer tudo isso novamente. As mudanças na dinâmica das temperaturas no planeta assim indicam.

Povos originários ou indígenas, como queiram, junto aos negros são os primeiros a sofrer e os últimos a tentar conseguir superação. O Brasil e as Américas não foram descobertos, como diz a história oficial. Foram, sim, invadidos por outros povos que aqui chegando escravizaram os povos originários e, não satisfeitos, foram em busca dos negros como mão de obra escravizada.

A abolição da escravização indígena deu-se no ano de 1.680, e a dos negros, em 1888. Mas o tempo, implacável anotador da história, comprova, em situação de calamidade, que a tortura continua. O grito do índio Sepé ecoa por todo o Rio Grande: “Esta terra tem dono”. Aduzo, não destruo o presente que Deus nos deu.

## Visto, lido e ouvido

Desde 1960

Circe Cunha (interina) // circecunha.df@dabr.com.br

# Rinha generalizada

No livro *Carta do diabo ao seu aprendiz*, de C.S. Lewis, o experiente e astuto anjo do mal troca missivas com seu sobrinho, de quem é tutor. Nessas cartas, o tino ensina-lhe as melhores, mais infalíveis e ardis táticas para tentar o ser humano, fazendo-o cair e se afastar da luz e da razão divina. A palavra diabo vem do grego diábolos, que significa aquele que divide, separa e desuni.

Num dos trechos dessa obra, o diabo ensina a seu pupilo: “O inimigo quer os homens ocupados com o que fazem; nosso trabalho é mantê-los pensando no que lhes acontecerá”. Noutra passagem, o encardido recomenda: “Faça o que fizeres, haverá alguma benevolência, bem como alguma malícia, na alma de teu paciente. A questão é direcionar a malícia para seus próximos imediatos, a quem ele encontra todo dia, e lançar sua benevolência a uma circunferência remota, à gente que não conhece. A malícia assim torna-se bem concreta e a benevolência em grande medida imaginária.” Sem dúvida alguma, a desunião é, entre os vacilos humanos, o mais eficaz método para enfraquecer o sujeito ou grupo, tornando-os presa fácil para aqueles que desejam lançar suas garras contra eles, dominando-os a seguir.

Para esse fim, a tática usada é sempre essa, construída com base em mentiras e intrigas, antepondo cidadão contra cidadão, conterrâneo contra conterrâneo, lançando-os em embates tão inúteis como fatais. Em praticamente todos os episódios da história da civilização, vemos que a dominação de povos inteiros se deu mais facilmente e sem o uso de armas, apenas insuflando entre eles mentiras e intrigas, erguendo contra todos a cizânia e o ódio.

Em Mateus 12:30-37, está escrito: “Quem comigo não ajunta, espalha.” Mais claro que essa mensagem do céu, impossível. Mais recentemente, na primeira metade do século passado, na Alemanha, a massiva e bem estruturada propaganda nazista mostrou toda a sua eficácia no controle e na submissão daquela nação, elegendo falsos inimigos e conduzindo-a, como carneirinhos obedientes, a precipitar-se no abismo, não sem antes levar consigo milhões de outros inocentes úteis, todos igualmente empurrados rumo a uma guerra sangrenta e sem paralelo.

Agitar, no mal sentido, as massas, de modo a confundir-las, elevando tensões e, finalmente, a rinha generalizada, tem sido sempre a estratégia das trevas. Aparentemente, esse estrategema, antigo e imutável, sempre rendeu os resultados esperados pelo verdadeiro inimigo, ou aquele que, de longe, age para pôr fogo nas relações humanas.

No mundo ou no espaço que temos para desenharmos nossas vidas, podemos conferir que também é assim que o mal opera. Liberais, conservadores, progressistas, negros e brancos que, até pouco tempo, viviam diante de nós em relativa comunhão, apesar das diferenças de cunho político, hoje se encontram jogados numa arena ou rinha de galos, engalfinhando-se por nada, tudo para o gaudium de insufladores distantes e indiferentes que apostam sem parar na miséria humana.

O diabo encoraja os extremos a se encontrarem para um único propósito: lutarem entre si até a morte. O diabo também ganha as almas humanas pelo prazer e pelas promessas que faz. Quanto mais iludido, menor a tarefa de atraí-los para a cilada. O que é a propaganda da falsa política senão a cantilena encantadora de sereias que nadam num mar de fogo? De outra forma, é sabido que o prazer da razão, iluminada pelo bom senso, é enxergar e antever os tropeços e as armadilhas à frente.

Não pense você que o caminho para o abismo é feito com apenas uma única queda. Toda a descida ao vale da discórdia é feita de maneira gradual e suave, dando ao condenado a sensação que desce numa nuvem. O importante, em médio prazo, é tirar do incauto a possibilidade de agir; depois, a própria possibilidade de sentir.

Para os relutantes e que para que sirva de exemplo a outros, o inimigo quer apenas “uma boa pá, uma cova profunda e uma bala certa, capazes de descer sobre ele a cortina da vida”. Sem se cansar, vemos que o diabo também nunca desce de seu palanque infernal, onde insiste no trabalho eterno de conquistar almas. Um futuro que nunca chega. Esse é o horizonte nebuloso prometido pelo tentador.

Da mesma forma, é incutida nessas massas a necessidade de experimentar tempos presentes recheados de agruras e intrigas. São elas que irão conduzir o homem de amanhã ao paraíso da ilusão. Para o homem sem fé e em ligação direta com seu espírito, não há lugar seguro neste mundo que o proteja das investidas do mal. Nem nas igrejas, nem nas sinagogas. Onde quer que se esconda, a política das trevas vai buscá-lo para torná-lo mais um aliado.

### » A frase que foi pronunciada:

“Viva em paz e não se deixe tapear pelo demônio.”

São Padre Pio de Pietrelcina

### » História de Brasília

Até segunda-feira, os barracos da delegacia serão destruídos, para que a Novacap possa urbanizar a quadra inteira. (Publicada em 8/4/1962)