



#### Conteúdo do discurso

Não mantém a objetividade e refere-se muito à atuação do presidente Lula e dela como ministra. Não termina os raciocínios e faz frases desconexas. Também é pouco didática e pode parecer arrogante ao dizer "eu sei fazer"



#### Interação com o apresentador

Responde a todas as perguntas, relaciona-se com naturalidade e é gentil ao se referir a Serra. Não se altera nem quando provocada

#### Visual

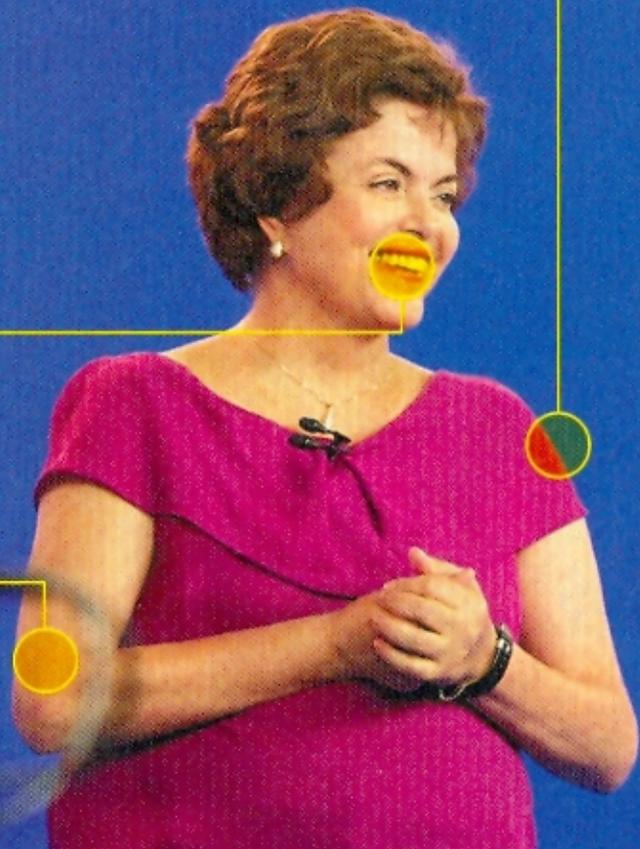
Maquilagem adequada, sem afetação. Figurino também adequado, sem adereços e com cores compatíveis com o cenário. Um blazer, porém, melhoraria seu visual

#### Linguagem

A dicção é boa, mas a fala é entrecortada e a espontaneidade é prejudicada pela busca das palavras certas. O discurso não flui e o telespectador pode perder o interesse. A repetição da expressão "a gente" em vez de "nós" empobrece o vocabulário

#### Postura corporal

Movimenta muito os braços, o corpo e os olhos enquanto fala. Provoca dúvidas quanto à veracidade das respostas, atrapalha o cinegrafista e desvia a atenção do telespectador



# Quem não se comunica...

Dilma Rousseff vai mal nas entrevistas e aparições públicas e deixa em estado de alerta a área de marketing de sua campanha e o presidente Lula

Alberto Bombig

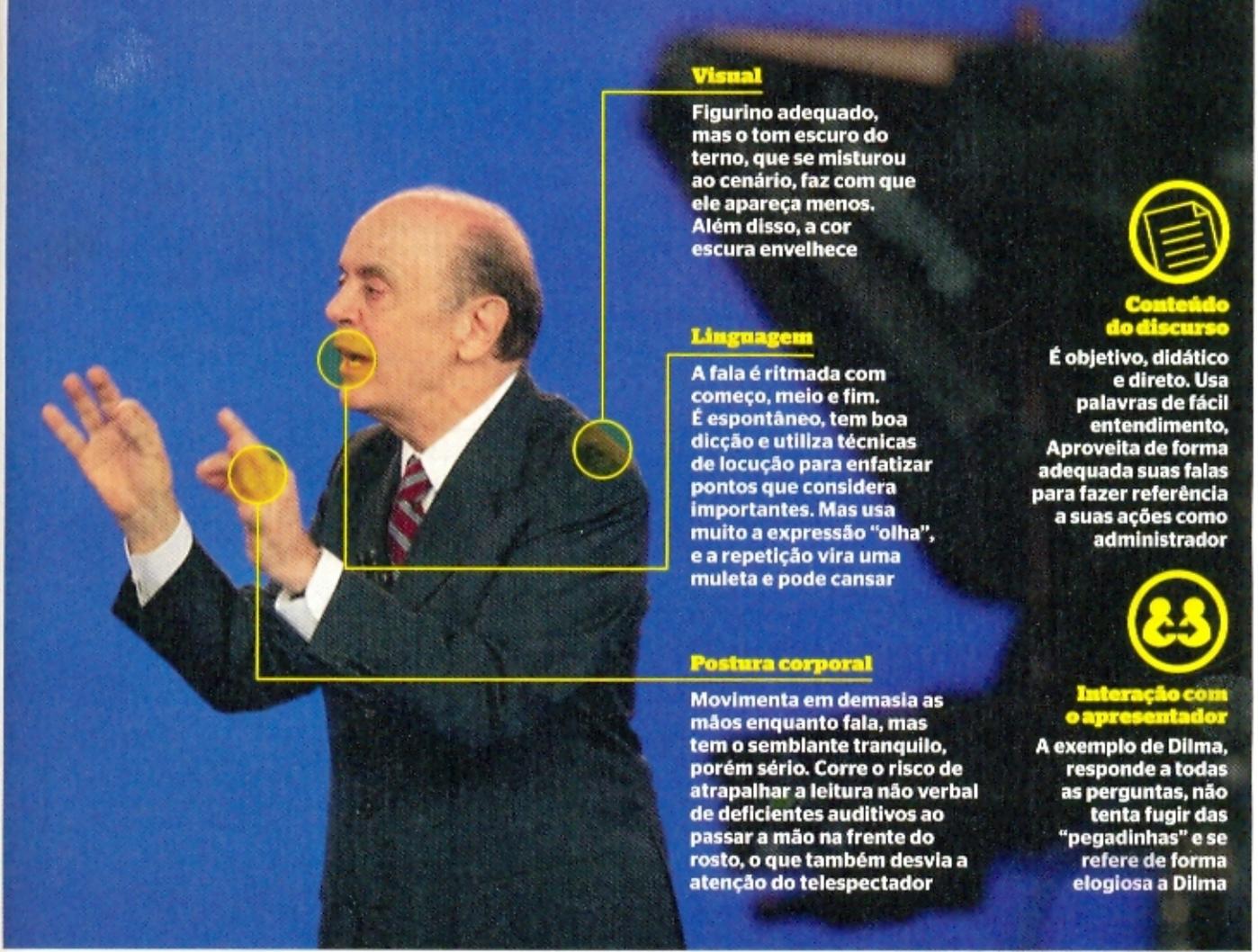
**M**esmo os adversários mais fidedais são capazes de reconhecer no presidente Luiz Inácio Lula da Silva um comunicador eloquente, capaz de entreter audiências tão díspares quanto as formadas por expoentes do mercado financeiro ou por trabalhadores rurais do Agreste nordestino. Portanto, Lula deve sa-

ber o que está fazendo ao enviar uma série de recados a sua candidata ao Palácio do Planalto, a ex-ministra Dilma Rousseff, propondo-lhe alterações na estratégia de comunicação de sua campanha.

O presidente, que chegou a se encontrar com Dilma recentemente, aponta problemas na maneira como ela se comporta nas entre-

vistas para a televisão e reclama de suas respostas longas, mas que, muitas vezes, não levam à conclusão de nenhum raciocínio. Para o paladar de Lula, afeito às frases diretas e às metáforas populares, o linguajar empolado de Dilma, cheio de termos técnicos e fraco em imagens, cai como um prato indigesto.

As broncas de Lula se intensificaram após



#### Visual

Figurino adequado, mas o tom escuro do terno, que se misturou ao cenário, faz com que ele apareça menos. Além disso, a cor escura envelhece

#### Linguagem

A fala é ritmada com começo, meio e fim. É espontâneo, tem boa dicção e utiliza técnicas de locução para enfatizar pontos que considera importantes. Mas usa muito a expressão "olha", e a repetição vira uma muleta e pode cansar

#### Postura corporal

Movimenta em demasia as mãos enquanto fala, mas tem o semblante tranquilo, porém sério. Corre o risco de atrapalhar a leitura não verbal de deficientes auditivos ao passar a mão na frente do rosto, o que também desvia a atenção do telespectador



#### Conteúdo do discurso

É objetivo, didático e direto. Usa palavras de fácil entendimento. Aproveita de forma adequada suas falas para fazer referência a suas ações como administrador



#### Interação com o apresentador

A exemplo de Dilma, responde a todas as perguntas, não tenta fugir das "pegadinhas" e se refere de forma elogiosa a Dilma

Dilma ter sido sabatinada ao vivo na televisão pelo apresentador José Luiz Datena, da Rede Bandeirantes, no último dia 21. A aparição de Dilma no programa foi também a senha para que setores do PT tornassem públicas as críticas antes restritas aos bastidores e escancarassem as divisões no comando de sua campanha, hoje dividido por um triunvirato formado pelo presidente do PT, José Eduardo Dutra, pelo ex-prefeito de Belo Horizonte Fernando Pimentel e pelo ex-ministro da Fazenda Antônio Palocci. Na semana passada, Ricardo Kotscho, ex-secretário de Imprensa de Lula, escreveu em seu blog que Dilma começou a campanha com "tropeços verbais".

Até o publicitário Duda Mendonça, envolvido no escândalo do mensalão, ressurgiu publicamente para fazer críticas ao trabalho de João Santana, o marqueteiro responsável pela campanha de Dilma. Duda, marqueteiro da campanha que levou Lula à Presidência em 2002, apontou, em um seminário no Rio de Janeiro, a falta de espontaneidade de

Dilma em suas aparições. "Não adianta desvirtuar a Dilma. Tem de deixar a Dilma ser como ela é. As pessoas vão entender como ela é ou não. Pegá-la e fazer outra pessoa... Vai ficar numa vestimenta que não é confortável, vai ficar escorregando volta e meia", disse Duda. A crítica aumentou o coro por mudanças, ainda que Lula ache que Dilma precise treinar mais e ser submetida a intensas sessões para enfrentar as entrevistas com os jornalistas. "Dilma busca muito as palavras certas para completar suas falas, mas um discurso deve ser instantâneo para dar a sensação de dinamismo", diz a especialista em treinamento de mídia Aurea Regina de Sá. A pedido de ÉPOCA, Aurea apontou os

problemas na participação de Dilma no programa de Datena (leia o quadro acima).

Conhecida por seu temperamento pouco flexível, Dilma, mesmo a contragosto, intensificou os treinamentos. Eles estão ocorrendo desde o ano passado com vários profissionais especializados em televisão e em construção de imagem. Antes de gravar depoimentos e imagens de rua para o programa eleitoral do PT que vai ao ar em duas semanas, Dilma tomou aulas com Olga Curado, especialista em análise de imagem, gerenciamento de crise e treinamento de mídia. O problema é que Dilma, na definição de um experiente publicitário que já trabalhou com o PT, "detesta ser teleguiada" e já manifesta impaciência com certas exigências feitas por João Santana.

As dificuldades de Dilma em lidar com câmeras e microfones ficaram mais evidentes por causa do contraste na comparação com o desempenho de seu principal concorrente, o ex-governador José Serra (PSDB). Experimentado, Serra está em sua quarta ▶

### Mesmo a contragosto, Dilma intensificou os treinamentos para entrevistas



campanha eleitoral somente nesta década. Serra foi entrevistado pelo mesmo Datena, no programa *Brasil urgente*, segunda-feira passada. Com raciocínios claros e dicção perfeita, Serra lançou mão de expressões populares na tentativa de quebrar sua imagem de sisudo. Ao apresentador, conhecido pela vasta experiência à frente de atrações policiais, disse que os bandidos precisam ser “engaiolados”. No geral, o desempenho de Serra foi melhor. “Não há nada nas frases de Serra que comprometa o seu entendimento. Ele usa, inclusive, técnicas de locução”, diz Áurea Regina de Sá.

Segundo integrantes da campanha de Dilma, apesar das aparições fracas até o momento, Olga Curado avalia que o desempenho da ex-ministra melhorou em muitos aspectos, como a dicção e o poder de síntese. Hoje, a maior preocupação do marketing da campanha de Dilma está em sua preparação para os debates na TV, já que Serra tem larga experiência nesse tipo de confrontação. A favor de Dilma está o calendário. Até a realização dos primeiros debates, que só deverão ocorrer após o término da Copa do Mundo, em julho, ela terá muito tempo para se preparar. Na semana passada, um dos coordenadores da campanha de Dilma, Fernando Pimentel, reconheceu que ela precisa aprender a dar respostas “mais objetivas e curtas”, mas manifestou a esperança de que ela estará em “ponto de bala” até julho.

**Apesar da dose de** otimismo, as declarações de Pimentel foram entendidas como mais um sinal de que há muitos ruídos na área de comunicação da campanha. Pimentel, assim como Dilma, nunca escondeu seu bom relacionamento e sua admiração pelo trabalho de Duda Mendonça, que atuou como seu marqueteiro em campanhas em Belo Horizonte. O ex-ministro José Dirceu, ainda bastante influente no PT, também integra o time dos fãs de Duda. Eles avaliam, entre outras coisas, que João Santana foi mal na eleição municipal de 2008, quando a candidata petista Marta Suplicy perdeu para Gilberto Kassab (DEM) a disputa pela Prefeitura de São Paulo. Santana conta, porém, com a confiança de Lula. Outro avalista de Santana é Antônio Palocci, o representante de Lula na cúpula da campanha de Dilma.

## Glossário de uma campanha

Dilma escorrega na linguagem técnica e empolada...

**✘ Cuidar da infraestrutura**

Vamos fazer grandes obras

**✘ Estagnação**

Paradeira da economia

**✘ Ter uma política industrial**

Queremos incentivar o crescimento e criar empregos

**✘ Adquirente de imóvel**

Vou tornar mais fácil o sonho da casa própria

**✘ Desonerar a linha branca**

Vamos baixar impostos dos eletrodomésticos da cozinha

**✘ Combater o crime hediondo**

Precisamos ser firmes contra os crimes mais graves



**✘ O que fala**

O que poderia falar



...e o professor Serra se esforça em se tornar popular

**✘ Pedófilo maldito**

O sistema prisional falhou ao soltar Admar de Jesus, o pedreiro que matou seis adolescentes em Luziânia, Goiás

**✘ Engaiolar criminoso**

O sistema penal tem de ser reformado para tirar os criminosos mais perigosos das ruas

**✘ Meu pai carregava caixas de frutas para que um dia eu pudesse carregar livros**

O investimento em educação é essencial para o Brasil ter um salto de desenvolvimento

Foi Palocci quem fez gestões para que o deputado estadual Rui Falcão, do PT em São Paulo, fosse um dos responsáveis pela área de comunicação da campanha.

O grupo próximo a Lula e Palocci viu na reaparição de Duda Mendonça uma jogada oportunista dos setores do partido desconfortáveis com os poderes de Santana. Apesar de o presidente do PT, José Eduardo Dutra, atuar para minimizar uma potencial crise por causa dos problemas na comunicação, ninguém no partido está completamente satisfeito com o desempenho até aqui de Dilma nesse quesito. Um dos erros atribuídos a ela pelo seu entorno foi o ataque a Serra, chamado por Dilma de “biruta de aeroporto”. Na avaliação de integrantes da campanha, essa postura ajuda a cristalizar a imagem de uma candidata antipática e agressiva, enquanto Serra vive uma fase de “paz e amor”, semelhante à de Lula na campanha presidencial de 2002. Interessado em evitar confrontos com Lula e levar a disputa para uma comparação entre sua biografia e a de Dilma, Serra foi o primeiro candidato, na semana passada, a exaltar, pelo

Twitter, a escolha do presidente como um dos líderes mais influentes do mundo pela revista *Time* (leia mais na coluna *O Filtro*, na página 83).

As recomendações de integrantes da campanha de Dilma à candidata é que ela fale mais de suas propostas, sorria mais, além, é claro, de adotar uma linguagem mais popular. Dilma passou a se esforçar nesse sentido. Na semana passada, ao participar de um encontro com caminhoneiros, ela soltou a seguinte frase: “Tenho certeza de que vocês não vão permitir a volta do atraso, da estagnação. Porque, se o caminhão parar, não tem frete e, com o Brasil parado, não tem desenvolvimento. O Brasil precisa impedir a volta daquela política da roda presa, aquela política que colocou o Brasil no acostamento”. Para quem estava acostumado à Dilma dos gabinetes, generosa na citação de números e dados, a nova postura soou como um avanço. Pode não dar certo até a abertura das urnas em outubro, mas falar em “roda presa” num discurso sobre “estagnação” já é um começo. ◆

Com Leonel Rocha