

OPINIÃO

Isabel Amaral

Presidente da Associação Portuguesa de Estudos de Protocolo



EVENTOS POLÍTICOS E PROTOCOLO

Em ano de eleições, os responsáveis por campanhas políticas sabem melhor do que ninguém que as transmissões televisivas das cerimónias solenes são um meio de que os políticos dispõem para transmitir e reforçar uma sensação de poder, essencial para seduzir determinado eleitorado. São os sectores menos politizados os que, em ultima instância, decidem o resultado das eleições e é sabido que essa franja da população tende a votar no partido ou candidato que à partida parece ter mais condições para ganhar. O poder não se ganha mas pode-se perder, dizem os entendidos.

O prestígio dos candidatos e dos partidos é, por isso, encenado perante o público que assiste às campanhas em casa, sem ter de participar em comícios ou encontros de esclarecimento. Através das transmissões televisivas os espectadores são convidados a fazer parte de uma elite. Mesmo não pertencendo ao círculo do poder, os espectadores sentem-se parte dessa minoria que o detém, ou ambiciona ter.

Para transmitir essa sensação de poder e autoridade tudo tem valor simbólico: a forma como os candidatos se vestem, o comportamento gestual, a linguagem verbal e os rituais que aceitam ou não cumprir. Mas também há que cuidar daquilo que os rodeia: os cenários, os móveis, as bandeiras, o logótipo da campanha, tudo o que aparece em segundo plano e pode atrair ou distrair os espectadores. Esta preocupação com

a imagem ou, melhor dizendo, com o marketing dos políticos, não acontece apenas durante o período eleitoral mas ao longo de todo o mandato de quem está no poder. Todos os actos políticos e todas as aparições em público dos candidatos são (ou deveriam ser) encenadas como um espectáculo capaz de seduzir e captar a atenção do eleitorado. E é aqui que surge a necessidade de ter

conhecimentos de protocolo. Este pode ser um poderoso instrumento para reforçar a dignidade e legitimidade dos intervenientes, contribuindo para contrariar a indiferença dos eleitores perante a banalidade de alguns personagens políticos pouco carismáticos.

Em sentido geral, o protocolo é um sistema de comunicação verbal e não verbal, que aplica regras de ordenamento sistemático e regras de comportamento na organização de actos públicos ou privados.

O protocolo recorre, por isso, à linguagem cénica para fazer com que todos assimilem, sem necessidade de palavras, aquilo que se pretende transmitir: a continuidade ou a renovação, o respeito pela tradição ou a criatividade de uma nova força política. O mesmo cenário pode ser transformado para transmitir alegria ou tristeza, glória ou humildade, luxo ou sobriedade.

A entrada em cena, a ordem das intervenções, a música que acompanha a chegada do candidato, quem aparece ao seu lado, são alguns dos exemplos de como se pode nos dias de hoje transmitir para um público, de diversas idades e culturas, a sensação de poder, prestígio e, ao mesmo tempo, a modernidade de um sistema político que se renova sem esquecer ou negar os elementos simbólicos universais. A organização da campanha deve usar novas tecnologias mas não deve desprezar os velhos rituais.

Em comunicação política é possível transmitir uma imagem diferente emitindo sinais, revelando mensagens, gerando confiança e projectando prestígio. Seja num congresso ou encontro partidário, seja na organização de uma volta pelo país de um candidato a determinado cargo, todos os pormenores contam. Basta uma pequena falha para estragar uma imagem construída ao longo dos tempos. E tanto faz ser em Lisboa como na aldeia mais remota. Os meios de comunicação encarregam-se de ampliar a gafe até à exaustão.

O conceito de imagem pessoal, seja no sentido da percepção que os outros têm de nós, como no sentido do que somos na realidade, é uma obsessão dos nossos dias. E nenhum político com ou sem experiência o pode ignorar.

A questão essencial é saber se é mais importante ser ou parecer. Mas em comunicação política, ninguém é competente se não parecer competente.

Para além do programa que defende, mas que pouca gente se dá ao trabalho de analisar, o candidato, ou a sua equipa, tem por isso de preocupar-se com os cenários de todos os eventos, com o tipo de roupa para cada ocasião, com o lugar que lhe é atribuído nos debates, com o plano de sala e da mesa principal nos múltiplos jantares de apoio, com o cronograma dos comícios, etc. Todos os aspectos da imagem pública do candidato têm que ser planeados e nenhum deve ser descurado. A imagem não é apenas uma representação visual mas uma abstracção intelectual, a ideia que fazemos ou a opinião que temos sobre determinada pessoa ou instituição.

Assim, os eventos políticos contribuem para confirmar a imagem que já temos sobre um partido ou uma personalidade, mas podem também surpreender-nos e fazer-nos mudar a intenção de voto.