

Sexta-Feira, 15 de Novembro de 2024

## Para adversários, Marçal errou ao explorar fragilidade quando faz de virilidade produto

CORRIDA ELEITORAL EM SP

g1

Adversários de Pablo Marçal (PRTB) na eleição para prefeitura de São Paulo avaliam que o ex coach adotou estratégia errada ao, inicialmente, investir na exploração de imagem de fragilidade após [episódio da cadeirada que levou de José Luiz Datena \(PSDB\)](#).

Pesquisa é retrato do momento – e, ao avaliar a pesquisa desta quarta, integrantes da campanha de Ricardo Nunes (MDB) e Guilherme Boulos (PSOL) disseram ao **blog** que Marçal desgastou sua imagem com seu próprio público, já que costuma vender a imagem de virilidade, exaltando força e que é "indestrutível".

Marçal vende virilidade como produto.

Pessoas ligadas à campanha de Boulos consideram que a fragilidade e imagem de vítima – comparada com Bolsonaro e Trump – após a cadeirada de Datena foi rejeitada por eleitores do segmento masculino. Ele foi de 31% para 25%, embora oscilação, uma tendência de redução.

"Quem dá um soco em tubarão e participa de maratona, era para mostrar resiliência para o eleitor dele e ficar até o fim [do debate]", avalia uma fonte ao **blog**.

Pelo lado de Nunes, a opinião é de que o rival errou ao comparar o episódio com a facada sofrida por Jair Bolsonaro (PL) na eleição de 2018 e com o atentado a Donald Trump, candidato nas eleições presidenciais dos Estados Unidos.

Para além disso, um aliado do atual prefeito acredita que a disputa Nunes x Boulos ficará cada vez mais consolidada após a cadeirada.

As mais recentes pesquisas Quaest e Datafolha indicam [empate triplo entre Nunes, Boulos e Marçal](#), mas o ex-coach apresenta oscilação para baixo.

Marçal pode recuperar esse público, claro, mas o efeito imediato da cadeirada nessa pesquisa Quaest batia com expectativa das campanhas adversárias – e o próprio Marçal já foi recalculando sua rota sobre o episódio, dizendo que não passou de um esbarrão.

A avaliação das campanhas também bate com avaliação do próprio Marçal por estar municiado de pesquisas internas que refletem essa percepção da fragilidade x virilidade, demanda do seu eleitor.

**Oscilação negativa entre homens e jovens**

Segundo levantamento Quaest divulgado nesta quarta-feira (18), Marçal teve oscilação negativa de 6 pontos entre o eleitorado masculino. Em 11 de setembro, ele tinha 31% pontos e, agora, 25%. A variação ocorre dentro da margem de erro de 4 pontos percentuais.

Outra oscilação negativa, dessa vez de 5 pontos, ocorre entre o eleitorado de 16 a 34 anos. Em 11 de setembro, Marçal tinha 31% e, em nesta segunda chegou a 26%. A margem de erro é de 5 pontos percentuais para mais ou para menos.

No cenário estimulado geral, a variação foi de 23% para 20%, com margem de erro de 3 pontos para mais ou para menos. Neste mesmo cenário, Datena apresentou oscilação para cima, de 8% para 10%.

A margem de erro geral é de 3 pontos percentuais para mais ou para menos. A pesquisa foi encomendada pela TV Globo e registrada no Tribunal Superior Eleitoral sob o protocolo SP-00281/2024. O levantamento ouviu 1.200 pessoas entre 15 e 17 de setembro. O nível de confiança é de 95%.