

Planejamento Campanha

Prof^a Carmen Abreu
Componente: Comunicação e Política

- A persuasão é a principal estratégia da propaganda política, ela é utilizada pelos atores políticos para convencer e conquistar os eleitores.
- As campanhas eleitorais estão mais profissionalizadas a cada eleição.
- Nesse sentido, o marketing ganha espaço e se diz muitas vezes que possui o poder de “fabricar” o candidato.

- No Brasil, as técnicas do *marketing* começam a ganhar força a partir da eleição presidencial de 1989 e do início do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), na televisão.
- O *marketing* político pode ser classificado como aquele que é desenvolvido ao longo da trajetória política do candidato e o *marketing* eleitoral como a estratégia escolhida ou aplicada durante a campanha eleitoral.
- A utilização efetiva das estratégias de *marketing* nas campanhas eleitorais, no Brasil, ocorreu em 1989 durante a eleição presidencial.
- De 1989 a 2022, nove eleições presidenciais, o investimento de recursos na produção da propaganda eleitoral só tem aumentado.

Segundo Ferraz (2008) pode-se dividir a campanha eleitoral em cinco fases:

Lançamento da candidatura e início (público) da campanha;

Consolidação da candidatura;

Desenvolvimento da campanha;

Final da campanha.

Lançamento da candidatura

Configura-se em um ato político singular e uma oportunidade única. Seu objetivo principal é tornar a candidatura conhecida.

É nesta fase que o foco, a imagem e as propostas devem ser apresentadas da forma mais impactante possível.

A preparação envolve a logística, entre outros, os convites, a divulgação, a produção de peças publicitárias, a preparação do discurso.

Fase de início da campanha devem ser anunciados os principais apoios ao candidato, os políticos e os sociais.

Ocorrem as visitas e reuniões.

É apresentada a mensagem da campanha.

Na etapa de consolidação da campanha ela é levada para as ruas.

Neste período a candidatura já está posicionada, a equipe formada, os recursos materiais, físicos e financeiros básicos para a sua execução devem estar definidos.

Nas campanhas proporcionais, ou seja, cargos legislativos, esta fase servirá para a operacionalização da campanha e organização de uma agenda.

Nas majoritárias, cargos executivos, começa a preparação para os programas eleitorais, entrevistas e debates.

Na fase do desenvolvimento acontece a campanha propriamente dita e pode-se iniciá-la bem ou mal.

O desafio principal é comparar-se com os adversários, vencê-los nesta comparação e crescer na intenção de voto.

As outras fases tem de ter sido bem executadas. Foco, imagem , propostas, produção de material, assessorias, etc.

Na fase final, que tem geralmente duração de dez dias, ocorre a intensificação do trabalho.

Bandeiraços, comícios, entrevistas, debates, carreatas, distribuição de material são intensificados.

É quando deve aparecer o “volume” de campanha.

Principais cargos de uma campanha eleitoral:

Coordenador geral

coordenação jurídica, coordenação financeira,
coordenação de comunicação, coordenação política.

Planejando:

1. ganhamos tempo;
2. despendemos menos esforços;
3. evitamos o desperdício;
4. tomamos medidas que minimizam imprevistos e facilitam sua resolução quando surgirem;
5. temos maior probabilidade de atingir os objetivos propostos.

“Campanhas eleitorais têm tudo para tornarem-se caóticas:

tempo limitado, recursos insuficientes, pessoas tensas e cansadas, candidato ansioso e insatisfeito, forte envolvimento emocional, ocorrência frequente de fatos novos e inesperados, etc.” (FERRAZ, 2008).

Todas as ações devem estar associadas
coordenação, agenda, comunicação, produção
precisam estar em sintonia.

Estrutura básica do planejamento

- apresentação;
- objetivos;
- ações e estratégias;
- recursos (humanos, materiais, físicos);
- cronograma;
- responsáveis;
- orçamento previsto.

Elaborar um planejamento para a área da comunicação de uma campanha para **Governo do Estado, pensando nas fases que compõem uma campanha, de acordo com Ferraz. Produzir os principais materiais da campanha (mínimo 6 peças).**

O planejamento da campanha eleitoral para Governador, é em grupo (máximo 4 integrantes) e tem peso 6,0. **Entrega do planejamento e apresentação dia 13/12.**

Referências:

- FERRAZ, Francisco. **Manual Completo de Campanha Eleitoral.** Porto Alegre: L&PM, 2008.