



Estratégias Básicas para Campanhas Eleitorais no Brasil

2024

Se você está procurando informações atualizadas para direcionar o início das discussões sobre quais as etapas mais importantes para “botar de pé” uma campanha política majoritária ou proporcional, você está no lugar certo.

Vamos mergulhar.



Questão de vitória

Uma campanha eleitoral bem-sucedida requer não apenas uma estratégia bem definida, mas também a capacidade de implementar táticas eficazes para alcançar o eleitorado de forma significativa.

Neste e-book, você vai conhecer as principais etapas e ações necessárias para conduzir uma campanha eleitoral no Brasil, seja majoritária ou proporcional, seguindo as regras estabelecidas pela legislação eleitoral.

Mas não se surpreenda: esse é só o começo da conversa. A cada pleito, mais e mais recursos vem

se juntando ao verdadeiro “cinto de utilidades” que profissionais de marketing e estrategistas têm a sua disposição. Neste material você vai conhecer os princípios mais básicos para se iniciar uma campanha satisfatória. São apenas as preocupações iniciais que você deve ter se é um candidato ou se faz parte da equipe de algum.

Como um guia, vai te mostrar um caminho a ser seguido - mas no percurso, certamente, você vai precisar prestar atenção e aprender ainda mais sobre os buracos, valetas, lombadas e curvas sinuosas, entendeu?

Imagens criadas utilizando inteligência artificial



1



Pesquisas de Opinião e Tendências do Eleitorado em 2024



Conhecendo a cabeça do eleitor

Uma campanha de sucesso começa com boas pesquisas. As pesquisas eleitorais desempenham um papel fundamental nas campanhas políticas, pois fornecem insights valiosos sobre o eleitorado e ajudam as equipes dos candidatos a ajustarem suas estratégias de comunicação e mobilização.

Aqui vamos mostrar rapidamente a importância da pesquisa eleitoral, como realizá-la de forma eficaz e como analisar os resultados para maximizar seu impacto na campanha eleitoral no Brasil.



Importância

As pesquisas eleitorais são essenciais para uma campanha bem-sucedida por vários motivos.

Entendimento do eleitorado: permitem uma compreensão mais profunda das preferências, preocupações e valores do eleitorado.

Identificação de tendências: permitem identificar tendências e mudanças de opinião ao longo do tempo, ajudando a ajustar a estratégia da campanha.

Direcionamento da comunicação: permitem que os candidatos ajustem sua mensagem e propostas para melhor se alinharem com as necessidades e expectativas do eleitorado.

Realização

Para realizar uma pesquisa eleitoral eficaz, siga estas etapas:

Contratação de empresa especializada: não há nada de empírico numa pesquisa eleitoral, por isso é fundamental contratar uma empresa especializada, com experiência comprovada e credibilidade no mercado.

Definição de metodologia: a empresa de pesquisa deve definir a metodologia da pesquisa, incluindo o tamanho da amostra, a forma de coleta de dados e a análise estatística.

Realização da(s) pesquisa(s): a(s) pesquisa(s) deve(m) ser realizada(s) de acordo com a metodologia definida, garantindo a representatividade da amostra e a qualidade dos dados coletados.





Análise dos Resultados

Perguntas coletadas, agora é a hora importante de analisar os resultados de forma cuidadosa e objetiva. Aqui estão algumas etapas para você prestar atenção:

Identificação de padrões: procure por padrões nos dados, como preferências por faixa etária, sexo, localização geográfica, entre outros.

Identificação de referências e preocupações: identifique as principais preferências e preocupações do eleitorado, bem como as questões que são mais relevantes para eles.

Ajuste da estratégia de comunicação: com base nos resultados da pesquisa, ajuste a estratégia de comunicação e as propostas da campanha para melhor se alinharem com as necessidades e expectativas do eleitorado.

As pesquisas eleitorais desempenham um papel crucial nas campanhas políticas, fornecendo informações valiosas que podem ajudar os candidatos a ajustarem suas estratégias e maximizarem suas chances de sucesso. Ao seguir as melhores práticas para realizar e analisar pesquisas eleitorais, os candidatos podem obter insights significativos que os ajudarão a conquistar o apoio do eleitorado e alcançar seus objetivos eleitorais.



Cálculo dos Quocientes Eleitoral e Partidário

Calcular os Quocientes Eleitoral e Partidário é uma etapa fundamental em uma campanha eleitoral proporcional no Brasil, pois determina a distribuição de vagas nas eleições proporcionais.

Vamos mostrar aqui a importância destes quocientes, como são calculados e como esse conhecimento pode ser aplicado de forma estratégica em uma campanha política.





Entendimento

Numa eleição **majoritária** (o Poder Executivo - Presidente, Governadores e Prefeitos) a regra é bem simples: a candidata ou candidato que obtiver a maioria absoluta de votos, não computados os em branco e os nulos, será o vencedor. Se nenhum deles alcançar a maioria absoluta na primeira votação, realiza-se um segundo turno de votação com as duas candidatas ou candidatos mais votadas(os); considera-se eleita(o) aquele que obtiver a maioria dos votos válidos.

Já para os cargos do Poder Legislativo, adota-se o **sistema eleitoral proporcional**, ou seja, as vagas para os cargos de Deputado Federal, Deputado Estadual e Vereador são distribuídas em proporção aos votos dados às candidatas e aos candidatos, partidos e federações e preenchidas pelas candidatas e pelos candidatos com maior votação, até o limite das vagas obtidas.

O preenchimento das vagas é efetuado segundo o cálculo dos Quocientes Eleitoral (QE) e Partidário (QP).

Em resumo, o voto das eleitoras e eleitores na eleição proporcional brasileira indicará quantas vagas determinado partido ou federação vai ter direito. A partir do número de vagas obtidas pelo partido ou federação, as candidatas e os candidatos mais votadas(os) preenchem as cadeiras, conforme a sua colocação. **ATENÇÃO:** mesmo que uma candidata(o) tenha votação expressiva, se o partido ou federação não ganhar vaga, tal candidata(o) não será eleita(o).



Quociente Eleitoral

O Quociente Eleitoral é o resultado da divisão do número total de votos válidos pelo número de vagas a serem preenchidas em determinada eleição proporcional. Ele serve como um divisor para distribuir as vagas entre os partidos e coligações de acordo com a votação obtida por cada um.

O cálculo do quociente eleitoral é simples e direto:

Número de votos válidos: some todos os votos válidos dados aos candidatos e legendas.

Número de vagas: verifique quantas vagas estão em disputa para determinado cargo.

Cálculo do Quociente Eleitoral: divida o número total de votos válidos pelo número de vagas; o resultado será o Quociente Eleitoral.

$$\text{Quociente Eleitoral} = \frac{\text{Votos válidos}}{\text{Vagas}}$$

Quociente Partidário

Agora que você já sabe o Quociente Eleitoral (QE), é necessário calcular o chamado Quociente Partidário (QP). Ele é determinado pela divisão da quantidade de votos válidos dados sob a mesma legenda pelo Quociente Eleitoral.

Número de votos válidos recebidos pelo partido ou federação: some todos os votos válidos dados aos candidatos da sua legenda.

Quociente Eleitoral: o valor obtido no cálculo anterior.

Cálculo do Quociente Partidário: divida o número de votos válidos dado ao seu partido/ federação pelo Quociente Eleitoral obtido anteriormente; o resultado será o Quociente Partidário.

$$\text{Quociente Partidário} = \frac{\text{Votos válidos recebidos pelo partido}}{\text{Quociente Eleitoral}}$$





Aplicação Estratégica

O conhecimento dos Quocientes Eleitoral e Partidário pode ser aplicado de várias formas estratégicas em uma campanha eleitoral:

Planejamento das candidaturas: ajuda a definir o número de candidatos a serem lançados para maximizar as chances de conquistar vagas.

Distribuição de recursos: permite direcionar recursos de campanha para os candidatos e regiões onde há maior potencial de alcançar o quociente eleitoral.

Coligações: facilita a formação de coligações estratégicas para aumentar a votação e atingir o quociente eleitoral.

O cálculo de quocientes é uma ferramenta essencial para a distribuição de vagas em eleições proporcionais. Ao entender como os Quocientes Eleitoral e Partidário são calculados e como eles podem ser aplicados de forma estratégica, os candidatos e suas equipes podem aumentar suas chances de sucesso em uma campanha eleitoral, garantindo uma distribuição eficiente e equitativa das vagas disponíveis.



Definição de Persona (candidato como personagem)





Conceito

Os **arquétipos de Jung (1875 - 1961)** são modelos universais de comportamento humano, que representam padrões de personalidade. Segundo as palavras do próprio psicanalista, são *"formas ou imagens de natureza coletiva, que ocorrem em praticamente toda a Terra como componentes de mito e, a o mesmo tempo, como produtos individuais de origem inconsciente"*. Embora existam muitos diferentes arquétipos, Jung definiu doze tipos principais que simbolizam as motivações humanas básicas, cada tipo tem seu próprio conjunto de valores, significados e traços de personalidade.

É comum na publicidade utilizar imagens arquetípicas para vender produtos. Compreender e alavancar o significado arquetípico para criar, construir e comercializar marcas com sucesso é uma estratégia incrível - e pode ser utilizada também para determinar um perfil de comunicação para candidatos políticos.

Ao utilizar esses arquétipos na definição de persona, podemos criar uma imagem de candidato que seja facilmente identificável e cativante para o eleitorado.



Conferir estrutura



O Criador



O Governante



O Prestativo



O Cara Comum



O Bobo-da-corte



O Amante

Conectar-se a pessoas

Deixar uma marca



O Herói



O Mago



O Fora-da-lei

Busca espiritual



O Explorador



O Sábio



O Inocente



Identificação da Persona Ideal

Para identificar a persona ideal de um candidato, é importante realizar uma análise do perfil do eleitorado, levando em consideração valores, características e aspirações comuns. Alguns passos importantes incluem:

Segmentação do eleitorado: identificar grupos de eleitores com características semelhantes.

Análise de pesquisas: utilizar dados de pesquisas de opinião para identificar tendências e preferências do eleitorado (já falamos sobre isso, né?).

Identificação de valores e características desejadas: definir quais valores e características são mais valorizados pelo eleitorado.

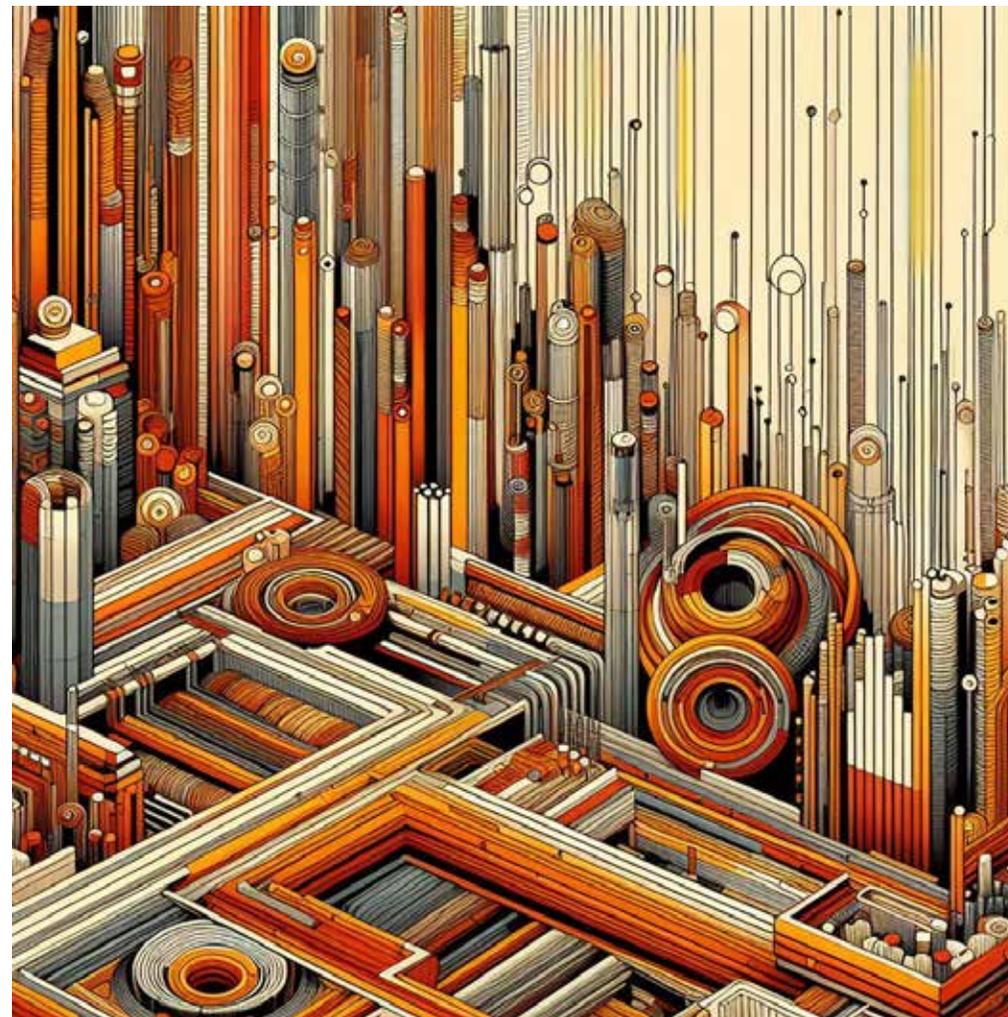
Desenvolvimento da Persona

Com base na análise realizada, o próximo passo é desenvolver a persona do candidato, que inclui:

Elaboração de discursos e propostas: criar discursos e propostas que estejam alinhados com os valores e características identificados.

Definição de imagem e comportamento: estabelecer uma imagem e um comportamento que sejam congruentes com a persona definida.

Ações de campanha: planejar ações de campanha que reforcem a imagem da persona e gerem identificação com o eleitorado.



Parâmetros para Criação e Produção de Materiais de Divulgação

Os materiais de divulgação desempenham um papel crucial em uma campanha eleitoral, pois ajudam a transmitir a mensagem do candidato e a conquistar o apoio do eleitorado. Veremos agora os parâmetros para criação e produção de materiais de divulgação para campanhas majoritárias ou proporcionais no Brasil, seguindo as regras estabelecidas pela legislação eleitoral.

Imagem criada utilizando inteligência artificial





Identidade Visual

Desenvolvimento da identidade visual: crie um logotipo e selecione cores e elementos visuais que representem os valores e a mensagem da campanha.

Consistência visual: mantenha a mesma identidade visual em todos os materiais de divulgação para garantir reconhecimento e coesão.

Materiais Impressos

Panfletos: produza panfletos com informações claras e objetivas sobre as propostas e qualificações do candidato.

Cartazes: desenvolva cartazes impactantes que transmitam a mensagem da campanha de forma eficaz.

Folders: utilize folders para fornecer informações mais detalhadas sobre as propostas e planos de governo do candidato.

Conteúdo Digital

Redes Sociais: utilize as redes sociais para divulgar propostas, interagir com eleitores e mobilizar apoiadores.

Websites: crie um website da campanha com informações sobre o candidato, suas propostas e formas de contato.

Produção

Contratação de profissionais qualificados: o ideal é contratar designers gráficos e redatores qualificados para garantir a qualidade dos materiais produzidos.

Aprovação da Justiça Eleitoral: certifique-se de que todos os materiais estejam de acordo com as regras estabelecidas pela Justiça Eleitoral antes de sua produção e distribuição.

5



Parâmetros para Produção Audiovisual (vídeos e jingles)



A produção audiovisual também desempenha um papel crucial em uma campanha eleitoral, permitindo que os candidatos comuniquem suas propostas e mensagens de forma eficaz e envolvente.

Vídeos de Campanha

Produção: os vídeos de campanha devem ser produzidos com alta qualidade técnica e estética, utilizando equipamentos adequados e uma equipe profissional.

Conteúdo: os vídeos devem apresentar as propostas e mensagens do candidato de forma clara, objetiva e emocionalmente envolvente.

Linguagem: utilize uma linguagem acessível e próxima ao eleitorado, evitando termos técnicos e complexos.

Jingles Eleitorais

Composição: os jingles devem ser compostos de forma a transmitir a mensagem da campanha de forma positiva e memorável.

Letra: a letra do jingle deve ser simples, fácil de memorizar e transmitir os valores e propostas do candidato.

Produção musical: a produção musical deve ser de alta qualidade, com arranjos que sejam atraentes e cativantes para o público.

Estratégias de Divulgação

Redes Sociais: utilize as redes sociais para divulgar os vídeos e jingles, alcançando um grande número de eleitores de forma rápida e eficaz.

Websites: disponibilize os vídeos e jingles no website da campanha, permitindo que os eleitores acessem o conteúdo.

Eventos: apresente os vídeos e jingles em eventos de campanha, aumentando a visibilidade e o impacto das peças audiovisuais.



6



Táticas e Ações para Meios Digitais e Redes Sociais



Engajamento

Os meios digitais e as redes sociais desempenham um papel cada vez mais importante nas campanhas eleitorais, permitindo que os candidatos alcancem um grande número de eleitores de forma rápida e eficaz.

Interatividade: promova a interação com os eleitores, respondendo a comentários e mensagens de forma rápida e personalizada.

Participação em eventos: promova eventos online, como lives e webinars, para promover a participação dos eleitores na campanha.

Conteúdo relevante: é fundamental produzir constantemente conteúdo relevante e interessante para o seu público-alvo, incentivando o engajamento e a compartilhamento deste eleitorado.



Publicidade Online

Anúncios segmentados: utilize a segmentação de anúncios para direcionar a mensagem da campanha para públicos específicos, aumentando a eficácia da comunicação.

Acompanhamento e análise: acompanhe o desempenho dos anúncios e analise os resultados para ajustar a estratégia de publicidade conforme necessário.

Mensuração de resultados: utilize ferramentas de análise para mensurar o impacto dos anúncios e o retorno sobre o investimento (ROI).



Estratégias de Conteúdo

Variedade de conteúdo: utilize diferentes tipos de conteúdo, como vídeos, imagens e textos, para manter o interesse do público.

Agendamento de publicações: planeje e agende as publicações para garantir uma presença constante nas redes sociais.

Monitoramento de tendências: esteja atento às tendências e eventos atuais para criar conteúdo relevante e oportuno.



Contratação de Equipes de Trabalho e Engajamento de Apoiadores

O engajamento de equipes de trabalho e apoiadores é fundamental em uma campanha eleitoral, pois permite ampliar o alcance da mensagem e mobilizar eleitores em favor do candidato. Veja a seguir as estratégias e os desdobramentos operacionais práticos do engajamento e contratação de equipes de trabalho e apoiadores em uma campanha eleitoral majoritária no Brasil, respeitando as regras estabelecidas pela legislação eleitoral.



Formação de Equipes de Trabalho

Contratação de profissionais qualificados: contrate profissionais qualificados para áreas como comunicação, marketing, mobilização de eleitores, entre outros. Preste também atenção a algumas lideranças regionais, dentro do campo de ação da campanha, que possam ser contratados como mobilizadores - é uma força de trabalho importante, lícita e que precisa ser utilizada em uma campanha de sucesso.

Definição de funções e responsabilidades: estabeleça claramente as funções e responsabilidades de cada membro da equipe, garantindo uma atuação eficaz e coordenada.

Treinamento e capacitação: promova treinamentos e capacitações para aprimorar as habilidades da equipe e garantir um desempenho de alto nível.



Mobilização de Apoiadores

Identificação de apoiadores: identifique voluntários e simpatizantes que estejam dispostos a apoiar a campanha e atuar como multiplicadores da mensagem.

Engajamento e motivação: mantenha os apoiadores engajados e motivados, fornecendo informações e materiais que os ajudem a disseminar a mensagem da campanha.

Reconhecimento e valorização: reconheça e valorize o trabalho dos apoiadores, mostrando a importância de sua contribuição para o sucesso da campanha.

Estratégias de Mobilização

Utilização de Redes Sociais: utilize as redes sociais para mobilizar apoiadores e coordenar suas atividades.

Organização de eventos: promova eventos e atividades que envolvam os apoiadores e fortaleçam o vínculo com a campanha.

Comunicação efetiva: mantenha uma comunicação efetiva com os apoiadores, informando sobre as atividades da campanha e solicitando seu apoio quando necessário.



Regras Eleitorais para Campanhas Políticas no Brasil em 2024

As regras eleitorais são fundamentais para garantir a lisura e a transparência das campanhas políticas no Brasil.

A seguir veja as principais legislações que tratam do tema das campanhas eleitorais, as regras específicas já determinadas para a eleição de 2024 e as datas de início das campanhas para os cargos majoritários e proporcionais.



Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997)

A Lei das Eleições, também conhecida como Lei nº 9.504/1997, é uma das principais legislações que regulamentam as eleições no Brasil.

Disposições Gerais

Art. 1º: Define o objetivo da lei, que é estabelecer normas para as eleições.

Art. 2º: Estabelece que a lei se aplica às eleições federais, estaduais e municipais.

Propaganda Eleitoral

Art. 36: Regulamenta a propaganda eleitoral, estabelecendo regras para sua realização.

Art. 37: Determina os espaços permitidos para a propaganda eleitoral, como o horário eleitoral gratuito no rádio e na televisão.

Condutas Vedadas

Art. 73: Estabelece condutas vedadas aos agentes públicos durante o período eleitoral, como a

realização de propaganda eleitoral em bens públicos.

Art. 74: Determina as penalidades para quem descumprir as normas da lei.

Financiamento de Campanha

Art. 18: Regulamenta o financiamento de campanha, estabelecendo as fontes de recursos permitidas e proibidas.

Art. 19: Determina a prestação de contas dos recursos utilizados na campanha.

Debates Eleitorais

Art. 46: Regula a realização de debates entre candidatos, garantindo a igualdade de participação e o respeito às normas estabelecidas.



Código Eleitoral (Lei nº 4.737/1965)

Define as normas gerais sobre o processo eleitoral no Brasil, incluindo as condutas vedadas durante as campanhas.

Disposições Preliminares

Art. 1º: Define o objetivo do código, que é regular o processo eleitoral no Brasil.

Art. 2º: Estabelece a competência da Justiça Eleitoral para julgar questões eleitorais.

Dos Órgãos da Justiça Eleitoral

Art. 16: Define a composição dos órgãos da Justiça Eleitoral, como o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e os Tribunais Regionais Eleitorais (TREs)

Das Eleições

Art. 77: Estabelece as regras para a realização das eleições, como a data e o horário de votação.

Art. 98: Regulamenta a fiscalização das eleições,

garantindo a transparência e a lisura do processo eleitoral.

Da Propaganda Eleitoral

Art. 240: Regula a propaganda eleitoral, estabelecendo as formas e os meios permitidos.

Art. 243: Determina as condutas vedadas durante a propaganda eleitoral, como a utilização de bens públicos para fins de propaganda.

Dos Recursos

Art. 257: Regula os recursos eleitorais, estabelecendo prazos e condições para sua interposição.

Art. 265: Estabelece as penalidades para quem descumprir as normas do código.



Lei da Ficha Limpa (Lei Comp. nº 135/2010)

Estabelece os critérios de inelegibilidade para candidatos a cargos eletivos - no fim das contas tem o objetivo de promover a moralidade e a ética na política brasileira.

Disposições Gerais

Art. 1º: Define o objetivo da lei, que é estabelecer critérios de inelegibilidade para candidatos a cargos eletivos.

Art. 2º: Estabelece as hipóteses de inelegibilidade, como condenação por crimes eleitorais, abuso de poder econômico ou político, entre outros.

Condições de Elegibilidade

Art. 3º: Determina as condições de elegibilidade, como o pleno exercício dos direitos políticos e o alistamento eleitoral.

A Lei da Ficha Limpa é uma importante ferramenta para promover a moralidade e a ética na política brasileira. Ao regulamentar as condições de elegibilidade e os prazos de inelegibilidade, a lei busca garantir a lisura e a transparência do processo eleitoral, fortalecendo a democracia e a confiança dos eleitores nas instituições políticas.

Art. 4º: Estabelece as hipóteses de inelegibilidade, como a renúncia ao mandato para evitar cassação, a condenação por crimes contra a economia popular, a fé pública, a administração pública e o patrimônio público, entre outros.

Prazos de Inelegibilidade

Art. 5º: Determina os prazos de inelegibilidade, que variam de acordo com a gravidade da conduta e a natureza da pena aplicada.

Art. 6º: Estabelece que a inelegibilidade se aplica a todos os cargos eletivos, incluindo Presidente da República, Governador, Prefeito, Senador e Deputado.



Este e-book fornece um guia prático para a realização de uma campanha eleitoral majoritária no Brasil, abordando desde a pesquisa inicial até a implementação de estratégias de comunicação e engajamento. Esperamos que seja útil para candidatos e equipes envolvidas em campanhas eleitorais.



Sobre

A Agência

TubainaCriativa® é uma consultoria estratégica de comunicação que desenvolve projetos de relações públicas, marketing de conteúdo, comunicação digital, endomarketing e mídias sociais. Trabalhamos ombro-a-ombro com nossos clientes, como uma boutique de comunicação – muito mais próximo e personalizado.

Da geração e conversão de leads ao relacionamento com equipes internas, do engajamento de stakeholders a gestão de crises, somos o parceiro estratégico de comunicações, marketing e PR que auxilia na resolução dos desafios de negócios mais difíceis e na criação de novas oportunidades de crescimento.

O autor



Luciano Oliveira

Executivo de comunicação com +30 anos extensa experiência na integração de várias ferramentas mercadológicas que geraram rápidos e importantes resultados em empresas de todos os tamanhos e variados segmentos.



Este conteúdo é fornecido para fins de informação geral e não se destina a ser usado no lugar de consulta com nossos consultores profissionais. Este documento utiliza-se de informações de conhecimento público, disponível em diversas plataformas, organizadas e sintetizadas em um planejamento prévio que materializa os serviços prestados pela TubainaCriativa.

Copyright © 2024 TubainaCriativa. Todos os direitos reservados. TubainaCriativa e seu logotipo são marcas registradas da TubainaCriativa.





tubaina
CRIATIVA
relações públicas e reputação

www.tubainacriativa.com.br