

NA INTERNET No último ano com permissão para o uso de cavaletes, candidatos apostam nas redes sociais para conquistar votos

Políticos fazem campanha online

SABRINA PACCA

Essa será a última eleição em que os candidatos poderão usar os cavaletes como peça publicitária para a divulgação de seus nomes, números e dobradinhas. Um alívio para o eleitor que, a cada ano, se mostra mais revoltado com esse tipo de material, muitas vezes colocado em locais impróprios. Mas essa também é a primeira vez que todos os postulantes a cargos públicos de Mogi das Cruzes utilizam as redes sociais, especialmente o Facebook, para a campanha, com importância de peso.

Sem exceção, os candidatos aos cargos de deputados estaduais e federais com representatividade na Cidade marcam presença nesse tipo de meio de comunicação, alguns com mais propriedade que outros e a maioria através de suas assessorias.

É o caso do concorrente a uma vaga no Congresso Nacional, Francisco Moacir Bezerra de Melo Filho, o Chico Bezerra (PSB), que contratou uma empresa especializada em marketing digital para tomar conta de sua fanpage. Segundo o publicitário Rafael Martins Lopes, da Actmob, houve um estudo para que o Facebook do político fosse abastecido de informações. "Percebemos que o mais importante é levarmos informação sim, mas de forma fácil e rápida ao internauta. Os textos são pequenos e simples e há grande preocupação com o visual das postagens, com o layout de cada coisa que colocamos à disposição dos seguidores do Chico", explicou Lopes, salientando que o candidato tem 1,382 seguidores em sua fanpage e outros dois perfis com cinco mil amigos, em cada.

"Acredito que essa ferramenta é cada vez mais importante. A gente pensa que o leitor está fugindo do horário político e pouco gosta de discutir sobre política, mas se o assunto for tratado com leveza e seriedade, dá certo. Essa rede social é mesmo uma tendência e quem fica fora dela não tem visibilidade", salienta o publicitário.

Já o candidato a deputado estadual Mauro Araújo (PMDB) divide o abastecimento de seu Facebook entre sua assessoria direta e uma agência contratada. A página dele já conta com mais de 8 mil curtidas, mas fica nítido, diferentemente das demais candidaturas, que é cuidada por terceiros, já que as mensagens e postagens são, em sua maioria, na terceira pessoa, ou seja, falam de Araújo, com conteúdo jornalístico mesmo.

De acordo com a assessoria do candidato, o fato se explica por ser "um trabalho profissional". "Foi contratada uma empresa com grande knowhow (especializada) no mercado e eles nos apresentaram, ainda, uma nova ferramenta que se chama



FOCO Bezerra contratou empresa especializada em marketing digital; Junji usa página para divulgar propostas de campanha e pedir votos



TRABALHO Jean cuida de sua página com ajuda de amigo; Araújo divide abastecimento do Facebook entre assessoria direta e agência



ESTRATÉGIA Assessoria de Gondim mantém seus três perfis lotados; Soares também aposta na Internet para conquistar mais eleitores



mobilize-se. É um link que se acessado pelos apoiadores dele ou qualquer pessoa que queira ajudar na campanha, faz com que tudo que seja postado seja também compartilhado, automaticamente, pelos amigos dele. Somos os únicos que temos isso no Alto Tietê", afirmou uma das assessoras de Mauro.

Da mesma forma, o deputado estadual Luiz Carlos Gondim Teixeira (SD) usa a ajuda de assessoria para manter seus três perfis lotados, com ao todo 15 mil amigos e ainda sua página no Facebook que já conta com 5.947 curtidas. Ou seja, são mais de 20 mil potenciais eleitores que podem ser conquistados e convencidos a votarem em Gondim. "A gente usa o Facebook como um meio para a divulgação da prestação de contas dele, que

já é deputado estadual e tenta a reeleição. O Gondim não tem tempo de ficar o dia todo acompanhando os comentários e postagens nas redes sociais e por isso ajudamos, mas, sem dúvida, tudo que é colocado e dito, tanto por nós como pelos amigos dele e seguidores, passa pelo crivo do Gondim. Ele sabe de tudo e opina sobre tudo. Não falamos por ele", garante o assessor Marcelo Pascotto.

A reportagem de O Diário já chegou a ouvir o consultor político Gilberto Musto, que acabou de editar um livro exatamente sobre as campanhas nas redes sociais e ele chamou a atenção para um fator importante, muitas vezes esquecido pela maioria dos políticos e suas assessorias: o retorno, imediato, para as pessoas que fazem comentários ou curtem os posts. Para Musto, o candidato que não agradece e destrincha um comentário,

dando atenção ao internauta, interrompe a comunicação para a qual foi feita a rede social e não cria um elo com o interlocutor.

Pascotto garante que esse não é o caso de Gondim, apesar de na página dele não aparecer tantos retornos aos comentários recebidos. "É que muitas vezes a gente manda mensagens inbox (mensagem direta) para nosso seguidor. O Gondim faz questão de que todos sejam respondidos e ele mesmo que avalia se as respostas podem ou não serem enviadas, mesmo porque ele recebe muitas demandas das pessoas, sobre o mandato e pessoais também", explicou o assessor.

Quem faz bem e constantemente esse trabalho de relacionamento com o internauta é a assessoria do candidato Junji Abe (PSD), que disputa a reeleição como deputado federal. Não há um comentário sem respos-

ta. Além de projetos e trabalhos como deputado, Junji usa a página para divulgar suas propostas de campanha e pede votos, fornecendo, inclusive, ao seu seguidor, todo material de campanha virtual e físico para que seja usado.

Por fim, Jean Lopes (PC do B), que quer ser deputado estadual, não contratou uma assessoria especializada em marketing digital. Ele mesmo abastece seu Facebook, quando pode. "Eu faço e um amigo meu também. Coloco as fotos das minhas visitas e algumas ideias que tenho. Acho importante esse veículo de comunicação com o eleitor e, na medida do possível, sempre estou atualizando a minha página", concluiu.

Os candidatos a deputado federal Rubens Benedito Fernandes (PROS), o Bibó, e Marco Soares (PT) também fazem uso da Internet.

Nova prestação de contas sai no sábado

A Justiça Eleitoral divulgará, no próximo sábado, o segundo relatório discriminado dos recursos em dinheiro ou estimáveis recebidos pelos partidos políticos, pelos comitês financeiros e pelos candidatos, para financiamento da campanha eleitoral e dos gastos realizados. A segunda prestação de contas é complementar à primeira, colocada à disposição do eleitor no início de agosto.

Além disso, o calendário eleitoral está recheado no final de semana. Amanhã, 30 dias antes do pleito, é o último dia para entrega dos títulos eleitorais resultantes dos pedidos de inscrição ou de transferência. Também termina o prazo para o Juízo Eleitoral comunicar ao Tribunal Regional Eleitoral os nomes dos escrutinadores (que acompanham a contagem dos votos) e dos componentes da Junta Eleitoral nomeados e publicar, mediante edital, a composição do órgão.

Amanhã também é o último dia para a instalação da Comissão Especial de Transporte e Alimentação; para a requisição de veículos e embarcações aos órgãos ou unidades do serviço público para o primeiro e eventual segundo turnos de votação; para os Tribunais Regionais Eleitorais designarem, em sessão pública, a comissão de auditoria para verificação do funcionamento das urnas eletrônicas, por meio de votação paralela e para o Tribunal Superior Eleitoral convocar os partidos políticos, a Ordem dos Advogados do Brasil e o Ministério Público para a Cerimônia de Assinatura Digital e Lacreção dos Sistemas a serem utilizados nas eleições de 2014.

Já na segunda-feira, encerra-se o prazo para os partidos políticos oferecerem impugnação (contestação) motivada aos nomes dos escrutinadores e aos componentes da Junta nomeados, constantes do edital publicado.

Por fim, é ainda o último dia para os partidos políticos e coligações impugnarem a indicação de componente da comissão de auditoria para verificação do funcionamento das urnas eletrônicas, por meio de votação paralela, observado o prazo de 3 dias, contados da nomeação. (S.P.)

