

CAMPANHA. Redes sociais também ocupam papel importante ao reduzir a distância entre eleitor e político

'QUALIDADE DO CONTEÚDO É QUE FAZ A DIFERENÇA', DIZ SANTANA

Cientista política destaca que só tempo de TV não é determinante

NIVIANE RODRIGUES
REPÓRTER

Professora da Universidade Federal de Alagoas (Ufal) e doutora em Ciência Política Luciana Santana analisa as mudanças estabelecidas pela minirreforma eleitoral e o que isso representa, na prática, no resultado das eleições municipais. Ela avalia ainda a importância do Guia Eleitoral numa campanha.

“O tempo de propaganda é algo relevante, mas não determinante. O que faz diferença é a qualidade do conteúdo que está sendo apresentado ao eleitor”, diz, referindo-se à campanha mais curta.

Ela ressalta que “o candidato que conseguir se comunicar melhor, de forma direta, que apresentar conteúdo de qualidade e que souber elucidar propostas em consonância com as demandas do respectivo município tem vantagem em uma disputa eleitoral”.

A cientista política observa que o “resultado eleitoral é influenciado por muitas variáveis: comunicação com o eleitor, traje-

tória política do candidato, rejeição, popularidade, apoios, propostas. Quanto maior a exposição, maiores são as chances de comunicar com o eleitor e convencê-lo que suas propostas são as melhores e mais adequadas para a população”, destaca.

Luciana Santana considera importante o Guia Eleitoral como instrumento para os candidatos levarem suas propostas ao eleitor. Porém, é crítica quando se fala na política do bateu, levou, que deu o tom na pré-campanha e deve ser levada ao Guia.

“São estratégias adotadas por alguns candidatos. Não concordo com a ideia de que o eleitor está acostumado com esse tipo de comportamento. A expectativa do eleitor é conhecer propostas que sejam executáveis, que tenham correspondência com as demandas da população, é ter segurança que o candidato fará a diferença, caso seja eleito. As campanhas negativas não ganham muitos eleitores, pelo contrário, afastam. Com o tempo curto de campanha, os candidatos deveriam investir em uma boa comunicação com o eleitor”, afirma.

De acordo com a cientista política, “o Guia na TV e rádio ainda tem grande poder de comunicação

com o eleitor. E para que não se torne ultrapassado, o candidato deve utilizá-lo bem, de forma dinâmica e interativa. As redes sociais também têm ocupado papel importante, principalmente para reduzir a distância entre população e os políticos, de uma forma geral. Nesse caso, são ferramentas de uso mais permanente do que o Guia”.

E segue analisando a importância que tem a propaganda gratuita na definição de uma eleição. “Acho importante que o Guia esteja presente no rádio e na TV, pois ainda são os meios mais populares de comunicação com todos os segmentos da população. Além disso, muitos estudos demonstram a influência desses meios de comunicação sobre o voto e, conseqüentemente, sobre o resultado eleitoral. Em relação à redução do tempo de Guia, não acredito em diferenças no comportamento eleitoral. Em geral, o eleitor passa a dar mais atenção ao Guia com a maior proximidade da eleição. O que fará mais diferença não é o tempo, mas a qualidade do conteúdo que o candidato levará ao eleitor”, ressalta.

Luciana Santana é taxativa ao falar sobre a proibição nestas eleições de distribuição de brindes, como bonés, camisetas e até bo-

tons pelos candidatos.

“Não há estudos que comprovam que esses tipos de ‘afagos’ com o eleitor se revertem em votos. Não tenho elementos para defender ou ser contra a proibição. Sou crítica ao uso de recursos e estratégias ‘informais’ e ‘ocultas’ que são utilizados para conquistar o voto do eleitor, como por exemplo a troca de favores, promessas de cargos, propinas, dentre outros. Quer queira ou não ainda influenciam o resultado”, alerta. ☺



Luciana Santana acha que o eleitor não quer um guia com 'baixarias'