

## ‘A presença direta do candidato com a população marca o eleitor’

A **Gazeta** ouviu dois profissionais especialistas na temática política para explicar o que leva os candidatos a manterem, ao longo de anos, a mesma forma de se fazer campanha. A professora Luciana Santana, da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), doutora em Ciência Política; e o publicitário e diretor de cinema, membro da Academia Brasileira de Marketing, Einhart Jacome da Paz, que dirigiu inúmeras campanhas eleitorais pelo Brasil afora, fazem a seguinte avaliação dessa prática dos candidatos:

### **Gazeta - Esse é um modelo que garante votos?**

**Luciana Santana** - Essa é uma estratégia que pode ou não ser bem-sucedida, pois a decisão do voto considera outros fatores.

**Einhart Jacome da Paz** - Não podemos dizer que esse modelo efetivamente

garante votos, mas é, sim, muito importante para a campanha. O famoso “corpo a corpo” cumpre a função de apresentar o candidato para a sociedade. É nesse momento que ele entra em contato direto com os eleitores, se identifica como seu representante e, principalmente, escuta o que o cidadão tem para falar sobre a sua realidade.

### **Historicamente poderíamos dizer onde surgiu esse formato de se fazer campanha? Seria próprio do Brasil, do Nordeste?**

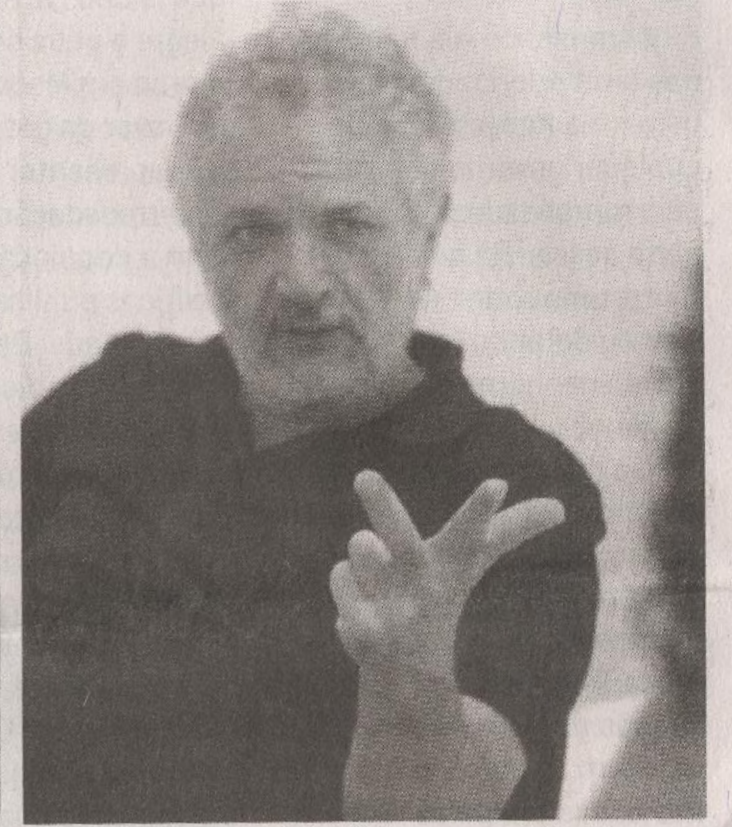
**Luciana Santana** - Essa estratégia de se aproximar ao máximo do eleitor não é algo típico do Brasil. É uma tendência em eleições em muitos países. Esse comportamento, em muitos casos, demonstra que o candidato se “preocupa” e está perto da realidade do eleitor. Em muitas eleições essa estratégia

combinada a outros recursos da campanha se transforma em voto válido na urna. Cada região, estado ou País faz adaptações às suas culturas e costumes locais. Isso explica porque as festas juninas são utilizadas pelos candidatos no Nordeste para fazer campanha, mesmo antes do início oficial.

**Einhart Jacome da Paz** - A visita de homens públicos à população remonta aos primórdios da civilização, quando os seres humanos se uniam ao redor de um líder, que delegava as tarefas do grupo. Na Grécia Antiga, cidadãos se reuniam em suas Ágoras para discutir regras para a Pólis e até Jesus e Maomé passavam de porta em porta disseminando sua fé. Essa volta no tempo mostra que a prática não é exclusiva do Nordeste: acontece em todo o mundo. Vemos exemplos muito parecidos com os presidentes norte-



JOSÉ FEITOSA - ARQUIVO GA  
Para Luciana Santana, só tecnologia é insuficiente



GILBERTO FARIAS - ARQUIVO GA  
Einhart Jacome destaca ‘conversas ao pé do ouvido’

americanos e até com políticos de países escandinavos. Todo político pede voto – exceto em ditaduras – quando figuras como o ex-presidente João Figueiredo se sentiu livre para dizer: “prefiro o cheiro de cavalo a cheiro de povo”.

### **Por que os candidatos insistem nesse tipo de campanha, mesmo nos dias atuais, onde a tecnologia avança?**

**Luciana Santana** - Porque o

corpo a corpo com o eleitor ainda é considerada uma estratégia forte e que fica marcada na lembrança do eleitor. Esse contato pode, combinada a outros fatores, decidir o voto. Atualmente, a tecnologia ganhou muito espaço, mas não substituiu a presença física, uma necessidade natural do ser humano.

**Einhart Jacome da Paz** - Uma coisa não elimina a outra. Ao contrário, elas se somam. Hoje essas fer-

ramentas se combinam para criar, por exemplo, registros de visitas presenciais que são disseminados nas redes sociais, ampliando o alcance da imagem do candidato. Facebook, Instagram, Periscope, Snapchat, Whatsapp, entre outros, cumprem um papel importante na disseminação do conteúdo das campanhas, mas não substituí a conversa ao pé do ouvido entre candidato e o eleitor, que nunca deixará de existir. **NR**