

Encerradas as olimpíadas, é a vez das campanhas eleitorais online

Nas últimas 72 horas, 5 dos 10 tópicos mais pesquisados no Google Brasil ainda estão relacionados aos Jogos Olímpicos 2016, que se encerraram no último domingo à noite. Desde o dia 16, contudo, a propaganda eleitoral já está liberada na internet e nas ruas.

24/08/2016 09:32:12

Esta eleição será a primeira posterior à lei nº 13.165/2015, também conhecida como Minirreforma, que por consequência as diversas mudanças que promove, dá o papel de protagonista para Internet nas campanhas. Com a limitação dada ao uso de cavaletes, faixas e adesivos, além da extinção do uso de outdoors e da diminuição do tempo de campanha de 90 para 45 dias, os conhecimentos de candidatos e partidos em marketing digital podem fazer grande diferença no seu total de votos.

Segundo as regras para as campanhas eleitorais de 2016, todo candidato pode ter um site, criar seu blog e compartilhar suas opiniões através destes canais e das redes sociais. A compra de banners e anúncios pagos não é permitida online, o que requer dos candidatos habilidade para se destacar através de seu conteúdo, suas opiniões e seu posicionamento online. Também é através da plataforma digital que candidatos poderão se conectar com eleitores em potencial e conseguir doações de campanha, visto que as doações realizadas por empresas também foram cortadas da lista com a Minirreforma. Campanhas eleitorais, assim como as promocionais, precisam ser planejadas a partir das seguintes reflexões:

Quantos são e onde estão seus militantes?

Campanhas anteriores para prefeituras de capitais chegavam a contratar até cinco mil pessoas como cabos eleitorais, bem como era comum o uso de contrapartidas para lideranças comunitárias, mas essas práticas também estão proibidas na presente eleição. Então, onde estarão seus militantes e como você irá engajá-los? As eleições de 2014 já mostraram a força da Internet na hora de decidir o candidato a votar: segundo pesquisa da Datafolha da mesma época, 39% dos eleitores declararam terem sido influenciados pela Internet e 19% declararam que a Internet influenciou muito a sua decisão. De 2014 para 2016, o número de usuários conectados no Brasil já cresceu mais de 15% (ultrapassando 110 milhões, segundo pesquisa da agência We Are Social de 2015) e o tempo gasto online só aumenta.

Como está sua reputação quando se digita seu nome no Google?

Sem poder contar anúncios pagos e cercados de usuários conectados e muito mais informados, a exigência quanto à coerência e o posicionamento de candidatos frente aos temas mais pertinentes é maior, portanto é essencial produzir e compartilhar conteúdo para se destacar online. Em um site de campanha, e em seu blog, o candidato consolida sua marca própria e sua reputação através da transparência.

“Para se destacar no Google, é preciso produzir conteúdo pertinente. Eleitores não se convencem com frases motivacionais e discurso pronto. Querem saber as propostas dos candidatos para sua cidade, sua comunidade, querem saber a opinião do candidato quanto aos temas mais relevantes e querem acima de tudo, certificar-se que o discurso de campanha e a atuação após a eleição se mantenha coerente. Por isso a construção de um site ou blog vai permitir ao candidato ter um canal constante de interação, que ganha destaque no período de campanha, e perdura na afirmação de atuação do político, com objetivo de fomentar o engajamento.”, declara Lívia Lampert, gerente de Marketing e Produtos da KingHost, uma das maiores empresas de Hospedagem de Sites do Brasil.

Onde estão publicadas suas propostas e projetos?

As pesquisas do Google serão realizadas através de nomes de candidatos, partidos, legendas, mas também de propostas, projetos e temas pelos quais o eleitor se interessa em saber. Disponibilizar na Internet as propostas, com bons argumentos, pode ajudar candidatos a serem encontrados com mais facilidade por eleitores indecisos.

Como pessoas físicas podem realizar doações?

O modelo de solicitação de doações através da Internet é praticado nas eleições americanas desde 2008. No Brasil, esta será a primeira eleição na qual a prática ganhará força, visto a proibição das doações de pessoa jurídica para as campanhas. A doação proveniente de pessoa física pode ser solicitada e realizada online, através do site do candidato. Sites que utilizam sistemas populares de gerenciamento de conteúdo, como o Wordpress, podem incluir a solicitação de doações para campanhas com a instalação de um plugin apenas, visto que já há ferramentas desenvolvidas para este fim, bastando instalá-las no site ou blog.

No próximo dia 26, inicia também a campanha nas TVs e rádios em todo o Brasil, mas nenhum desses meios vai superar o potencial de engajamento que pode ser conquistado online.