

TESSEROLI, RICARDO. *ELEIÇÃO
PARA VEREADOR: ESTRATÉGIAS E
FERRAMENTAS DE CAMPANHA*. 1. ED.
CURITIBA, PR: EDITORA COMPOL, 2024.

Silvia Maria da Silva Cunha*

Livro de estreia do professor e politólogo paranaense Ricardo Germano Tesseroli, “Eleição para vereador: estratégias e ferramentas de campanha” (2024), publicado pela editora COMPOL, apresenta uma investigação inédita sobre as dinâmicas das campanhas eleitorais para vereador em pequenos municípios brasileiros, com até 20 mil habitantes.

A obra, originada de sua tese doutoral defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM-UFPR), busca preencher uma lacuna na literatura sobre comunicação política. Enquanto a maioria dos estudos se concentra nas disputas por cargos majoritários em grandes centros urbanos, neste, coloca-se em evidência a importância dos pleitos locais para a democracia brasileira, na qual os representantes políticos estão mais próximos da população.

Tesseroli, que é jornalista e possui vasta experiência prática e acadêmica, destaca-se pela habilidade em traduzir conceitos complexos para uma linguagem acessível. Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação Eleitoral (CEL-UFPR) e organizador dos livros “O Brasil vai às urnas: as campanhas eleitorais para presidente na TV e internet” (2019) e “As Eleições Estaduais no Brasil: estratégias de campanha para TV” (2019), também atuou nas Assessorias de Comunicação da Casa Civil do Paraná, da Secretaria de Governo, da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Urbano e da Agência Reguladora do Paraná entre 2011 e 2019.

* Doutoranda e Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM-UFPR). Especialista em Marketing, Branding e Growth pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR). Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação Eleitoral (CEL-UFPR).

Em “Eleição para Vereador”, uma das maiores pesquisas já realizadas no Brasil sobre o tema, estratégias e dinâmicas envolvidas na busca pela vereança são focalizadas, com especial atenção ao desenvolvimento da comunicação política. A metodologia utilizada, chancelada pela academia, inclui a análise de mais de 50 horas de entrevistas em profundidade semiestruturadas com 30 vereadores eleitos para o primeiro mandato, recordistas de votos entre os estreantes, localizados nas cinco regiões brasileiras.

No livro, sempre ancorado por dados, Tesseroli sustenta a hipótese de que, embora as campanhas eleitorais em centros urbanos maiores e em âmbitos estadual e nacional estejam cada vez mais influenciadas pelas redes sociais digitais, nas eleições para vereador em pequenos municípios prevalece a importância do contato direto. Nesse contexto, estratégias como visitas domiciliares e campanhas porta a porta são essenciais. Em outras palavras, defende-se que a eleição para a Câmara Municipal é principalmente conduzida nas ruas, onde a interação direta com os eleitores é indispensável para que o candidato seja reconhecido e, conseqüentemente, eleito.

Assim, ao demonstrar que as ferramentas de comunicação em redes sociais digitais foram menos relevantes do que os relacionamentos pessoais estabelecidos entre vereador e eleitor, e entre vereador e a comunidade, mesmo antes do início das carreiras políticas dos eleitos, a obra desafia os pressupostos do determinismo tecnológico aplicado às campanhas eleitorais. Em uma era em que se discute cada vez mais o papel das ferramentas e estratégias digitais, algoritmos e inteligência artificial nas campanhas eleitorais, a realidade observada é que, nos rincões do Brasil, a campanha tradicional – feita de porta em porta, “na sola do sapato e na saliva” – ainda predomina.

É importante ressaltar que a campanha eleitoral conduzida durante a crise sanitária provocada pela Covid-19 é tratada como um aspecto conjuntural neste livro. O autor observa que os vereadores entrevistados, em diferentes graus, perceberam que, apesar das adversidades, conseguiram realizar uma campanha plena, mantendo o contato com os eleitores. O resultado foi positivo, com todos sendo eleitos com um número expressivo de votos. Esse sucesso, por sua vez, pode ter diminuído a percepção do impacto da pandemia, uma vez que, mesmo diante dos desafios impostos pela Covid-19, os candidatos obtiveram um desfecho favorável.

Com prefácio assinado pela professora Dra. Luciana Panke, uma das maiores autoridades em Comunicação Eleitoral na América Latina, o trabalho está organizado em quatro eixos principais, abrangendo os seguintes temas: 1) conceitos e tipologias de campanhas; 2) dinâmicas eleitorais locais; 3) estratégias de campanha; e 4) ferramentas de comunicação. Antes da conclusão, há uma reflexão sobre as disparidades entre as campanhas eleitorais de homens e mulheres e, no encerramento, uma síntese que abrange todo o conteúdo da obra.

No primeiro capítulo, são explorados conceitos e tipologias fundamentais de candidatos e campanhas eleitorais para orientar os postulantes na busca pelo voto. Tesseroli introduz e caracteriza a noção de Comunicação Eleitoral, detalhando tipologias como “*Street Fighters*” (lutadores de rua), “*Media Stars*” (estrelas da mídia) e “*Digital Influencers*” (influenciadores digitais). Ainda, contextualiza e enriquece o texto com uma análise do impacto das recentes legislações, como a PEC dos Vereadores e a Emenda Constitucional Nº 97, sobre as estratégias eleitorais municipais.

Na segunda seção, é dado foco às questões principais deste estudo. Aqui, são abordadas as dinâmicas das campanhas eleitorais em nível local, enfatizando-se a importância das conexões pessoais e do engajamento comunitário. É evidenciada uma série de questões que exercem influência significativa no processo eleitoral, como relações estabelecidas no exercício profissional, herança eleitoral e relações de parentesco, explorando estratégias potenciais para os candidatos enfrentarem esses desafios. Além disso, debatem-se as dificuldades observadas e relatadas pelos candidatos ao cargo de vereador na construção de uma presença robusta no ambiente digital, examinando a interação entre redes pessoais, engajamento comunitário e alcance digital.

Os capítulos subsequentes descrevem as estratégias e ferramentas de campanha eleitoral identificadas através das entrevistas com os vereadores eleitos, possibilitando ao leitor compreender melhor o processo de conquista do voto. O terceiro capítulo apresenta as complexidades das relações candidato-cidadão nas campanhas eleitorais locais, lançando luz sobre a natureza orgânica do apoio popular na política local. Já o quarto investiga os desafios encontrados durante o trabalho de campo na análise das eleições legislativas em municípios menores, salientando a natureza intrincada do recrutamento de candidatos, afiliações partidárias e formações de elite.

Por fim, o autor apresenta uma reflexão sobre a diferença entre as campanhas eleitorais de candidatos e candidatas. Em um dos pontos altos do livro, a discussão sobre as barreiras enfrentadas por mulheres nas campanhas eleitorais contempla questões como o machismo e a dificuldade em obter apoio e financiamento, evidenciando a complexidade adicional que as candidatas mulheres enfrentam. Dados a respeito do perfil socioeconômico dos candidatos a vereador e dos eleitos nas eleições de 2020 complementam os resultados da pesquisa proposta.

Em síntese, os achados demonstram que, nas campanhas eleitorais, cerca de 70% dos municípios brasileiros ainda preferem a abordagem tradicional em detrimento do uso de plataformas digitais e outras tecnologias. Portanto é crucial alertar para o risco de negligenciar as campanhas locais e a política nos pequenos municípios, comprovando a importância de preservar essas práticas fundamentais.

Ademais, constatou-se a presença de cinco estratégias de comunicação predominantes entre os entrevistados, todas elas características do *modus operandi* típico das campanhas tradicionais, ancoradas na presencialidade: (1) realizar o maior número possível de visitas domiciliares; (2) focar as visitas em residências de pessoas conhecidas; (3) basear a campanha no trabalho de cabos eleitorais; (4) alinhar a campanha com a de um candidato majoritário ou receber apoio deste; e (5) organizar reuniões e comícios. Entre as ferramentas mais comuns, destacam-se santinhos, bottons, adesivos, folders/panfletos com propostas, materiais impressos interativos, anúncios em jornais, spots de rádio e jingles.

No que tange às estratégias de comunicação eleitoral para redes sociais digitais, sobressaem: (1) a produção e publicação de vídeos curtos e (2) a publicação de cards, santinhos digitais e outros materiais infográficos. Outro ponto que merece atenção é a quantidade reduzida de ferramentas de campanha nas redes sociais digitais: apenas três plataformas foram utilizadas pelos vereadores em suas campanhas na internet – Facebook, Instagram e WhatsApp – um número pequeno, se comparado à infinidade de dispositivos existentes que podem ser utilizados como complemento da campanha tradicional. Isso demonstra que existe espaço para o desenvolvimento de campanhas com maior foco nas ações online e na melhor exploração das potencialidades oferecidas por essas plataformas.

Além disso, ao abordar as dinâmicas eleitorais locais, o autor identificou três fatores determinantes para o êxito eleitoral de um vereador nos municípios estudados. São eles: (1) as relações estabelecidas no exercício profissional, que servem como base eleitoral; (2) a herança eleitoral e as relações de parentesco; e (3) o investimento financeiro na campanha. Nesse sentido, a importância das redes pessoais e das relações profissionais na obtenção de apoio eleitoral mostra como os candidatos aproveitaram as conexões existentes para impulsionar suas campanhas. O apoio da família surgiu como um fator crucial que influencia as decisões de candidatura, com alguns candidatos lançando estrategicamente suas campanhas com base em discussões familiares e contextos políticos tradicionais. O estudo ressalta também os desafios de analisar as eleições legislativas locais em diversos cenários políticos, salientando a intrincada dinâmica de recrutamento de candidatos, alinhamentos partidários e formações de elite em pequenos municípios.

Dentro das lógicas eleitorais locais, evidenciou-se ainda um fenômeno denominado conhecimento permanente, que se ancora na importância de uma boa relação com a comunidade na construção de uma campanha. Nesse aspecto, observa-se que o período eleitoral oficial se caracteriza mais como um momento de lembrança do que de convencimento. Tal característica se deve ao fato de que a campanha, de fato, acontece de forma contínua, intencionalmente ou não, ao longo dos anos, através do envolvimento com a sociedade da qual o candidato faz parte, na prestação de serviços ou ajuda voluntária prestada a famílias ou à comunidade. Esse envolvimento propicia a criação de vínculos de amizade, confiança e gratidão, que são fundamentais para garantir votos. No entanto, esse tipo de comportamento, comum na cultura política brasileira, alimenta relações de clientelismo relacional e eleitoral.

A relação dos candidatos com o partido nos municípios estudados revelou que as candidaturas são construídas à margem da política partidária. O partido é percebido como o detentor das vagas para os candidatos, o agente provedor das propagandas eleitorais e o responsável por questões burocráticas, como o registro de candidatura e a prestação de contas. Verificou-se que a legenda ocupa uma posição inferior ao personalismo nas campanhas eleitorais, ficando abaixo das relações pessoais e das estabelecidas entre lideranças políticas e candidatos. Na prática, significa que, na decisão de se candidatar, o convite feito por um candidato a prefeito, prefeito eleito ou deputado, por exemplo,

tem mais peso do que as questões partidárias e supera a influência do partido nas disputas eleitorais.

Convém enfatizar que Tesseroli não se limita a descrever as estratégias de campanha; ele também explora o contexto socioeconômico e cultural dos pequenos municípios, oferecendo uma visão holística do processo eleitoral. A obra é enriquecida pelas experiências pessoais do autor, que participa de campanhas eleitorais desde a adolescência, o que confere um tom autêntico e prático a sua pesquisa.

Ademais, os relatos dos entrevistados apresentam uma rotina intensa de trabalho e contato com os eleitores, em que prevaleceram as caminhadas e visitas, bem como realidades diversas de conhecimento e experiência política. Se, por um lado, é possível constatar vereadores que, apesar de estarem buscando o primeiro mandato, construíram suas campanhas de forma articulada e estratégica, com o conhecimento de quem já possuía experiência política, por outro, observamos fatos que apontaram para um total despreparo e desconhecimento das dinâmicas eleitorais, o que tornou a campanha ainda mais difícil para os inexperientes.

Do ponto de vista científico, o estudo contribui para a literatura existente sobre comunicação política e estratégias de campanha, lançando luz sobre a evolução das campanhas tradicionais para as hipermídias e seu impacto no comportamento do eleitor. Socialmente, a pesquisa é significativa, pois melhora a compreensão das complexidades das eleições locais, destacando o papel dos laços familiares, dos recursos financeiros e das relações sociais na formação dos resultados eleitorais. Esse conhecimento pode capacitar os eleitores a tomar decisões mais informadas e contribuir para um processo democrático mais transparente e eficaz.

A obra transcende as fronteiras tradicionais da Comunicação Eleitoral, Ciência Política e Sociologia, avançando no campo da Antropologia da Comunicação Eleitoral. Utilizando os estudos do Núcleo de Antropologia Política do Museu Nacional (NUAP) como base teórica e reflexiva, o autor fundamenta-se em constatações empíricas, derivadas das entrevistas realizadas, para argumentar que as campanhas analisadas se baseiam, predominantemente, em relacionamentos pessoais. Esse enfoque sugere que, mais do que serem mediadas

por tecnologias como as plataformas de redes sociais digitais, essas campanhas dependem fortemente da vivência comunitária e dos vínculos pessoais, relegando a um segundo plano a importância da comunicação tecnológica.

O encerramento do livro destaca o caráter social da pesquisa e a motivação por trás do compartilhamento das informações além dos limites acadêmicos. Tesseroli visa a retribuir o investimento que o Estado brasileiro fez em sua formação como pesquisador, transformando-o em conhecimento acessível. Dessa forma, essa obra não se destina exclusivamente aos especialistas, mas também pretende ser um recurso valioso de informação, formação e capacitação para todos os que buscam conhecimento para ingressar na vida pública por meio de um mandato eletivo.