

O que pode e o que não pode

SANDRO THADEU
DAREDAÇÃO

Daqui a uma semana, os candidatos nas eleições deste ano estão autorizados a colocar nas ruas e na internet as propagandas para buscar os votos dos cidadãos. Essas ações podem ser feitas até o dia 1º de outubro, véspera do primeiro turno do pleito. Ao longo dos últimos anos, houve mudanças importantes que limitaram essa divulgação. Nos quadros abaixo, o leitor de A Tribuna pode conhecer melhor o que é permitido e o que está proibido nesse período de 46 dias que se avizinha.

Diante das restrições, a aposta é do concorrente ao Executivo e ao Legislativo intensifiquem a presença nas redes sociais para apresentar as ideias e propostas. O coordenador do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Santos (UniSantos), Wanderley Augusto Camargo, afirmou que os candidatos só podem fazer o impulsionamento de conteúdos com o CNPJ da campanha.

No caso do Facebook e do Instagram, o conteúdo trará a informação que esse tipo de postagem é um material eleitoral. “Essa prática também vale para o YouTube, que é uma ferramenta que poucos políticos da Baixada Santista utilizam, mas ela serviria muito bem para alguns. Vejo que o TikTok é uma boa ferramenta para diminuir a rejeição do candidato, mostrando a sua intimidade, mas isso depende do perfil de cada um”, disse.

O docente faz uma analogia ao comparar a grande quantidade de propaganda na internet com o uso desenfreado dos caveletes – proibidos desde o pleito de 2016 – que irritavam pedestres e motoristas. “O excesso também cansa o eleitor. As pessoas estão com aversão ao político tradicional. Essas figuras devem tomar cuidado com isso, que pode ser um tiro no pé. É preciso fazer um estudo e apostar em uma equipe profissional de comunicação para atingir o público certo com um conteúdo relevante”, reiterou.

Com a experiência de ter coordenado quatro campanhas eleitorais, o professor da Esamc Silvío Reis Ju-

nior acredita que os candidatos têm evoluído no entendimento da importância do marketing nesse processo, mas um dos principais erros é a falta da devida atenção a esse ponto.

“Assim como em um vestibular, os mais preparados sempre estão na frente da lista, mas nem todos conseguem uma vaga. Já os mal preparados ficam no fim da lista”. É completou: “Se você é candidato e não tem marketing, não terá mandato. E se tiver uma estrutura de marketing ruim, vai ficar, no máximo, na lista de espera”.

O docente entende que a TV aberta ainda é a mídia que tem mais força “concentrada”. Por esse motivo, terá um peso importante em razão das inserções que entram nos intervalos da programação e que somam 70 minutos por dia.

RESSALVAS

Advogado especializado em Direito Eleitoral, Alexandre Rollo fez alguns alertas importantes para a campanha eleitoral de rua. O candidato somente pode veicular uma propaganda na casa de um apoiador, de até meio metro quadrado. “É um tamanho pequeno, eles acabam se excedendo e fazendo algo maior. Isso pode dar problema. Esse adesivo deve ser o equivalente a duas folhas de sulfite juntas”, afirmou o especialista.

A divulgação de candidaturas nos automóveis também deve ocorrer a extensão total do para-brisa traseiro e, em outras posições, essas peças não podem exceder meio metro quadrado. O jurista citou que outra prática adotada, mas que está proibida desde o pleito de 2018, é utilizar carros de som com o jingle do candidato. “Eles podem ser usados, mas desde que façam parte de uma passeata ou carreata”, frisou.

NO DIA DO VOTO

Rollo também chamou a atenção para mais um ponto importante: o cidadão está proibido de divulgar novos conteúdos na internet no dia da eleição. “Quem fizer isso poderá responder à Justiça, inclusive criminalmente”, ressaltou.



O QUE É PERMITIDO

- Instalar placas no comitê central que não excedam a 4 metros quadrados, em formato que não pareça ou gere efeito de outdoor (justaposição de propaganda ou efeito mosaico). Nos demais comitês, a divulgação de dados da candidatura não poderá ser maior do que meio metro quadrado
- Carro de som ou minirio podem ser usados somente em carreatas, caminhadas, passeatas ou durante reuniões e comícios, das 8 às 22h, entre os dias 16 de agosto e 1º de outubro
- Realizar comícios e reuniões públicas entre os dias 16 de agosto e 29 de setembro
- Usar bandeiras, broches, adesivos, camisetas e outros adornos semelhantes como forma de manifestação de preferência por partido, coligação ou candidato
- Colocar mesas para distribuição de material de campanha e a utilização de bandeiras ao longo das vias públicas, desde que sejam móveis
- Utilizar adesivos microperefurados até a extensão total do para-brisa traseiro e, em outras posições, adesivos que não excedam a meio metro quadrado
- Veicular propaganda através de adesivo plástico em carros, caminhões, bicicletas, motos e janelas residenciais, desde que não exceda meio metro quadrado
- Distribuir santinhos, folhetos e adesivos entre os dias 16 de agosto e 1º de outubro
- Fazer caminhadas, carreatas e passeatas do dia 16 de agosto até 22 horas do dia 1º de outubro
- Fazer propaganda eleitoral em blogs, páginas na internet ou redes sociais dos candidatos, partidos, coligações ou federações, desde que esses endereços sejam informados à Justiça Eleitoral
- Enviar propaganda eleitoral através de mensagens eletrônicas (WhatsApp) ou torpedos (SMS) enviados por candidato, partido, federação ou coligação, devendo oferecer identificação completa do remetente, assim como dispor de mecanismo que permita à pessoa destinatária a solicitação de descredenciamento e eliminação dos seus dados pessoais
- Fazer divulgação paga na imprensa inscritas de até dez anúncios de propaganda eleitoral entre os dias 16 de agosto e 30 de setembro

VESTIBULAR

“Assim como em um vestibular, os mais preparados sempre estão na frente da lista, mas nem todos conseguem uma vaga. Já os mal preparados ficam no fim da lista. Se você é candidato e não tem marketing, não terá mandato. E se tiver uma estrutura de marketing ruim, vai ficar, no máximo, na lista de espera”

Silvío Reis Junior
Professor da Esamc pós-graduado em Marketing Político



O QUE NÃO É PERMITIDO

- Fazer qualquer tipo de propaganda política paga na rádio e na televisão, só sendo permitida a propaganda eleitoral gratuita durante o horário e a ela destinado
- Utilizar propaganda em língua estrangeira, que também não pode ser utilizada em comícios e reuniões públicas
- Usar trios elétricos durante a campanha eleitoral, exceto para a sonorização de comícios
- Sortear brindes em comícios
- Candidato doar, oferecer, prometer ou entregar ao eleitor bem ou vantagem pessoal de qualquer natureza, inclusive emprego ou função pública, desde o registro da candidatura até o dia do pleito
- Realizar showmícios
- Fixar propagandas em postes, sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos, assim como cartazes nas janelas ou fachadas de edifícios públicos
- Manter adesivos em carros públicos e em veículos que dependam de concessão ou autorização do Poder Público, como ônibus e táxis
- Fixar propagandas em árvores
- Manter propaganda eleitoral em bens particulares, como faixas, cartazes, banners e placas na fachada de residências particulares
- Fazer propaganda eleitoral por meio de outdoors, inclusive eletrônicos
- Descartar material de propaganda eleitoral no local de votação ou nas vias próximas, ainda que realizado na véspera da eleição
- Veicular propaganda eleitoral paga na internet, com exceção do impulsionamento de conteúdo, que deverá estar identificado de forma clara e ter sido contratado, exclusivamente, por candidatos, partidos, coligações, federações ou pessoas que os representem legalmente
- Contratar pessoas físicas ou jurídicas que façam publicações de cunho político-eleitoral em suas páginas na internet ou redes sociais
- Realizar propaganda eleitoral, via telemarketing, em qualquer horário
- Fazer disparo em massa de mensagens instantâneas sem consentimento da pessoa destinatária ou a partir da contratação de tecnologias ou serviços que não fornecidos pelo provedor de aplicação
- Utilizar na propaganda eleitoral símbolos, frases ou imagens associadas ou semelhantes às empregadas por órgão de governo, empresa pública ou sociedade de economia mista
- Constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos na divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos