

Eleições Digitais: Lideranças, Multiplicadores e Ativistas



FEN

Fundação
ECOLÓGICA
NACIONAL

E-BOOK 10/2023



EXPEDIENTE

© Copyright 2023

Ebook 10/2023 | Eleições Digitais: Lideranças, Multiplicadores e Ativistas

Uma publicação da FEN – Fundação Ecológica Nacional
CNPJ – 17.971.099/0001-71
Rua Santo André nº 534, Jd. Europa, São
Jose do Rio Preto – SP - CEP: 15014-490

Presidente da Diretoria Executiva

Ovasco R. A. Resende

Presidente do Conselho Curador

Ulisses Ramalho de Almeida

Gestão Jurídica

Barbara de Freitas

Distribuição e circulação eletrônica em formato PDF
Edição nº 10 - Outubro de 2023

Textos

Gilberto Musto | Consultor político e escritor

Diagramação

Tais Carniatto

PALAVRA DO PRESIDENTE

O cenário político é um campo de constante evolução, onde as estratégias eficazes se moldam de acordo com as nuances de cada época. No contexto contemporâneo, as campanhas eleitorais não são mais limitadas às ruas e comícios, mas se estendem a um vasto território digital. Enquanto nos voltamos para as eleições municipais de 2024, compreender a interseção entre lideranças, multiplicadores e ativistas digitais torna-se crucial para forjar um caminho de sucesso na arena política.

Ao revisitar a história das campanhas eleitorais, percebemos uma metamorfose notável: dos discursos apaixonados em praças públicas aos algoritmos intrincados das redes sociais. As mudanças tecnológicas, sociais e culturais moldaram não apenas o método de comunicação, mas também redefiniram a própria natureza da liderança política. Neste e-book, exploraremos essa evolução, traçando o caminho desde os primórdios da democracia até a era da conectividade digital.

Nos capítulos que se seguem, mergulharemos nas teorias fundamentais que sustentam as campanhas eleitorais modernas, destacando o papel central das lideranças na construção de conexões autênticas com o eleitorado. Ao mesmo tempo, consideraremos o papel dos multiplicadores e ativistas digitais como catalisadores de mudan-

ça, explorando suas funções na disseminação eficiente da mensagem política.

Neste momento crucial da pré-campanha para as eleições de 2024, este e-book servirá como guia, amalgamando sabedoria histórica, teoria consolidada e práticas inovadoras. Através dessa jornada, aspiramos não apenas a compreender o presente, mas também a moldar o futuro das campanhas eleitorais, capacitando líderes a construir pontes digitais que transcendam que ressoem nas mentes e corações do eleitorado.

Boa leitura!

Ovasco R. A. Resende

Presidente FEN – Fundação Ecológica Nacional





ÍNDICE

Cap. 1 Evolução das campanhas eleitorais.....	4
Cap. 2 Construindo lideranças digitais.....	9
Cap. 3 Engajando multiplicadores e ativistas digitais.....	13
Cap. 4 Gerenciamento dos ativistas.....	20
Cap. 5 Campanhas de influência e parcerias estratégicas.....	24
Cap. 6 Alcance exponencial.....	28
Importante saber	31
Considerações finais	34



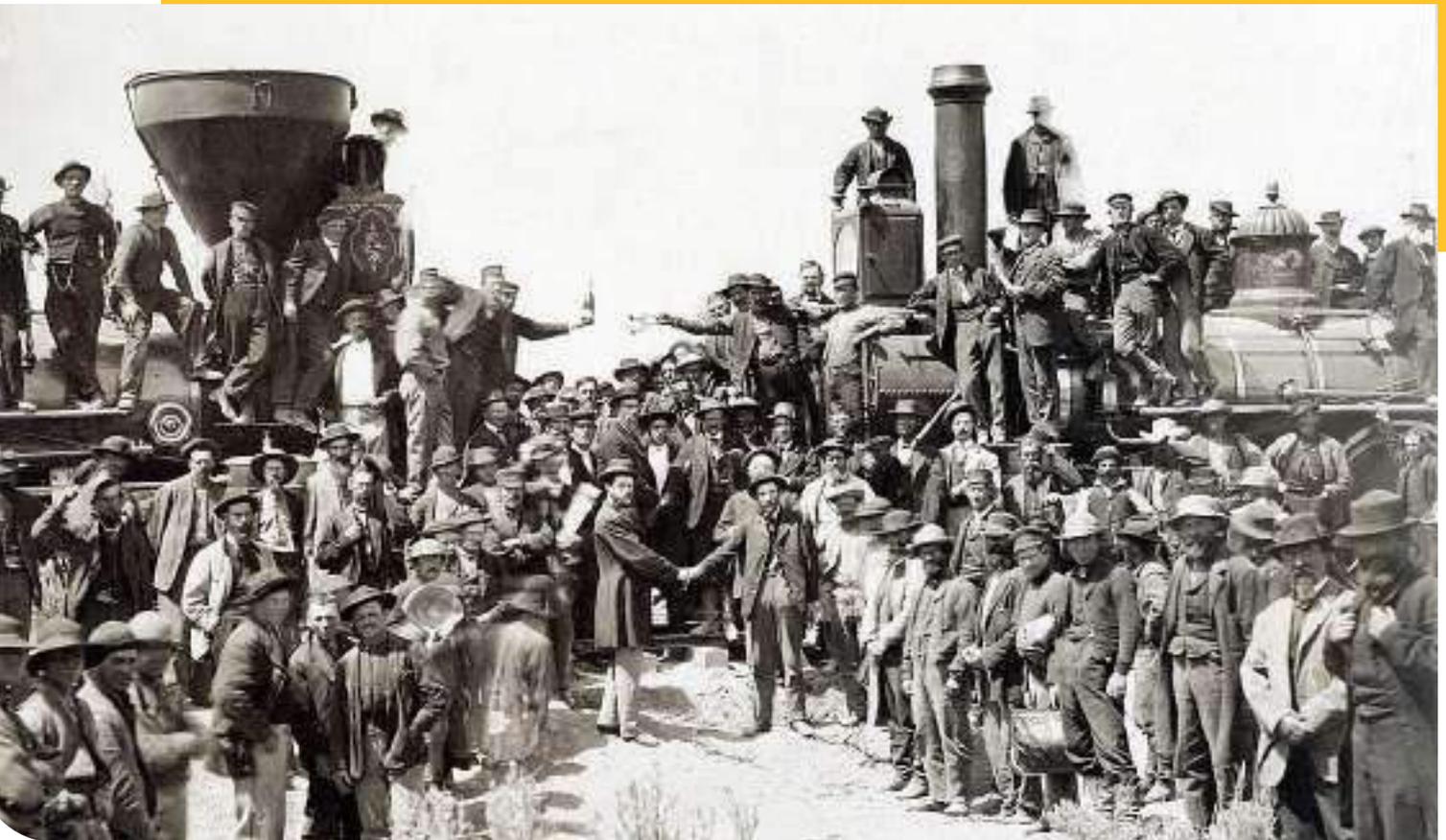
1

EVOLUÇÃO DAS CAMPANHAS ELEITORAIS

Para compreender o cenário político contemporâneo, é imperativo voltar nossos olhos para as raízes das campanhas eleitorais. Desde as primeiras democracias até as complexas estruturas partidárias atuais, a evolução é notável. As campanhas foram moldadas por eventos históricos, movimentos sociais e avanços tecnológicos.

No século XIX, Abraham Lincoln adotou a ferrovia para alcançar eleitores em locais remotos, enquanto, mais recentemente, Barack Obama inovou ao usar plataformas digitais para mobilizar eleitores. Essas mudanças destacam a importância de adaptar as estratégias de campanha às tecnologias emergentes e às mudanças na forma como os cidadãos consomem informações.

O entendimento dessas transformações proporciona uma perspectiva valiosa para a construção de estratégias modernas.





O PAPEL DAS LIDERANÇAS NA POLÍTICA

As lideranças desempenham um papel central na política, servindo como catalisadores de mudança e representantes do povo. Este segmento aborda teorias de liderança aplicadas à política, destacando a importância da autenticidade e da conexão emocional com os eleitores.

Ao examinarmos líderes carismáticos como Winston Churchill e sua habilidade de inspirar a nação britânica durante a Segunda Guerra Mundial, compreendemos que a liderança vai além de políticas e discursos. A autenticidade, a empatia e a habilidade de articular uma visão convincente são elementos essenciais. No contexto contemporâneo, figuras como Jacinda Ardern, primeira-ministra da Nova Zelândia, destacam-se pela abordagem humanizada e pela capacidade de conectar-se emocionalmente com os eleitores.

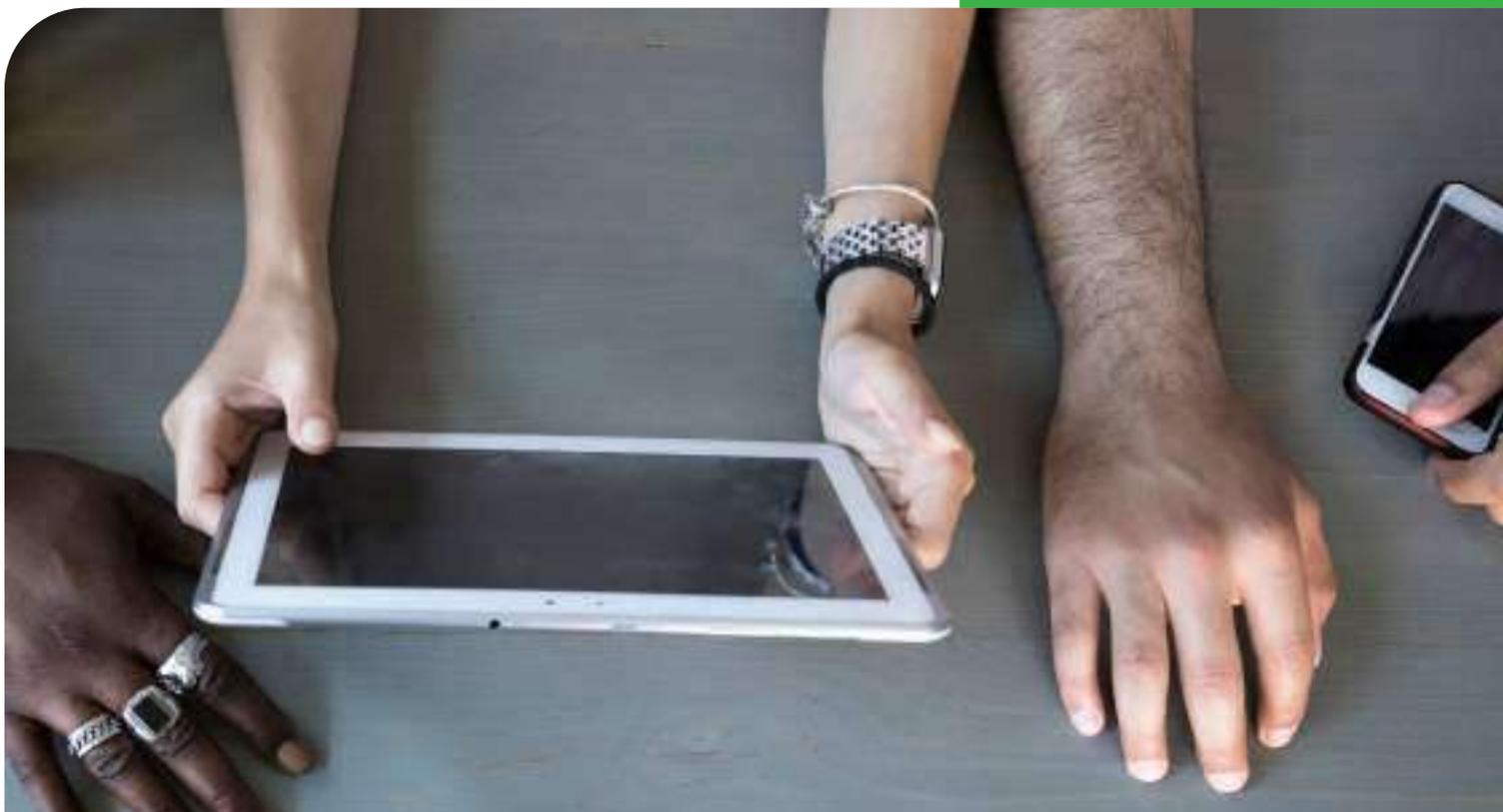
MULTIPLICADORES E ATIVISTAS: DO OFFLINE AO ONLINE



A ascensão de multiplicadores e ativistas como agentes de mudança na política é um fenômeno que evoluiu do cenário offline para o online.

Essa transformação dos multiplicadores e ativistas pode ser exemplificada pela Campanha pelos Direitos Civis nos Estados Unidos. No passado, líderes como Martin Luther King Jr. mobilizaram ativistas para marchas e protestos presenciais. Hoje, movimentos como o #BlackLivesMatter demonstram como a conectividade digital permite que ativistas ajam em tempo real, coordenando esforços e amplificando suas vozes através das redes sociais. Essa transição ressalta a importância de envolver a comunidade online de forma estratégica durante as campanhas políticas.

Esses exemplos históricos ilustram como os fundamentos teóricos moldaram as campanhas eleitorais ao longo do tempo, proporcionando insights valiosos para líderes que buscam navegar pela complexidade das eleições contemporâneas.



2

CONSTRUINDO LIDERANÇAS DIGITAIS



PERFIL DO LÍDER DIGITAL: AUTENTICIDADE E TRANSPARÊNCIA

Na era digital, a construção de uma liderança eficaz requer a encarnação dos valores da autenticidade e transparência.

Um exemplo notável de liderança digital autêntica é Alexandria Ocasio-Cortez, representante do 14º distrito de Nova York. Através de suas plataformas sociais, ela compartilha não apenas suas posições políticas, mas também momentos autênticos de sua vida cotidiana. Ao permitir que os eleitores vejam além das formalidades, Ocasio-Cortez constrói uma conexão pessoal que transcende as barreiras tradicionais entre político e eleitor. Essa abordagem autêntica torna-se uma poderosa ferramenta na construção da confiança e na criação de uma base de apoio sólida.

A capacidade de ser genuíno e transparente cria uma conexão mais profunda com o eleitorado, estabelecendo uma base sólida para a confiança e lealdade.



ESTRATÉGIAS DE CONSTRUÇÃO DE MARCA PESSOAL

A construção de uma marca pessoal sólida é fundamental para líderes digitais.

Elon Musk, CEO de empresas como Tesla e SpaceX, é um exemplo extraordinário de construção de marca pessoal. Sua presença online não se limita aos produtos que representa, mas incorpora sua própria persona. Musk utiliza o Twitter para compartilhar não apenas atualizações sobre seus projetos, mas também suas opiniões e até mesmo seu senso de humor peculiar. Essa estratégia não só humaniza sua imagem, mas também cria uma narrativa envolvente que transcende as barreiras tradicionais entre o líder corporativo e o público.

A consistência na comunicação, o alinhamento com valores-chave e a diferenciação são elementos-chave para criar uma marca pessoal robusta que ressoe com o eleitorado digital.

A IMPORTÂNCIA DA CONSISTÊNCIA NA COMUNICAÇÃO

A consistência na comunicação é um pilar fundamental para lideranças digitais bem-sucedidas.

Angela Merkel, ex-chanceler alemã, é reconhecida pela consistência em sua comunicação ao longo de sua carreira. Independentemente da plataforma ou do contexto, Merkel manteve uma mensagem coesa, centrada em valores-chave como estabilidade, cooperação e responsabilidade. Essa consistência cria uma imagem confiável e confiante, fundamental para a liderança política. A abordagem de Merkel destaca como a uniformidade na mensagem pode fortalecer a percepção pública ao longo do tempo.



Estes exemplos ilustram a aplicação prática dos conceitos discutidos, oferecendo insights valiosos para líderes que buscam construir uma presença digital impactante e autêntica. Ao incorporar estratégias eficazes de líderes digitais, os políticos podem fortalecer sua conexão com o eleitorado, estabelecendo-se como figuras confiáveis e relevantes no cenário político digital.



3

ENGAJANDO MULTIPLICADORES E ATIVISTAS DIGITAIS

A identificação de multiplicadores eficazes é uma arte que requer uma compreensão aprofundada da paisagem digital.

Um exemplo prático de identificação de multiplicadores eficazes é a campanha "Ice Bucket Challenge" para conscientização sobre a esclerose lateral amiotrófica (ELA). Personalidades, como Bill Gates, foram identificadas como multiplicadores-chave devido à sua influência digital. A campanha incentivou esses multiplicadores a participarem do desafio, criando uma onda de envolvimento e compartilhamento nas redes sociais. Neste contexto, políticos podem identificar líderes de opinião em suas comunidades digitais e colaborar estrategicamente para amplificar suas mensagens.



Na última eleição vimos influenciadores atuarem como multiplicadores nas campanhas de Lula e Bolsonaro. Vídeos inundaram as redes sociais com bandeiras levantadas de acordo com as propostas dos candidatos.

Ao entender como identificar e abordar multiplicadores, os líderes políticos podem amplificar sua mensagem através de canais orgânicos e confiáveis.



ESTRATÉGIAS PARA ENGAJAR ATIVISTAS DIGITAIS

Os ativistas digitais desempenham um papel crucial na disseminação de mensagens políticas.

O movimento #MeToo é um exemplo notável de engajamento eficaz de ativistas digitais. A campanha começou como uma hashtag nas redes sociais, permitindo que indivíduos compartilhassem suas experiências.

Como pré-candidato você pode aprender com esse modelo, incentivando ativistas digitais a compartilhar histórias pessoais relacionadas às questões que estão no centro de suas campanhas. Ao criar uma plataforma para vozes individuais, os políticos podem construir um movimento online autêntico e impactante.

A compreensão dessas estratégias é vital para construir uma rede ativa de apoiadores digitais durante a pré-campanha eleitoral.

ORGANIZANDO A LISTA

É muito comum as pessoas mudarem de telefone ou ainda trocarem o chip. Este procedimento pode bloquear uma mensagem em massa pelo WhatsApp para o receptor. Assim, antes de você construir uma lista de amigos, cheque antes se a pessoa possui o seu número gravado nos contatos do telefone dela.

Caso ela não tenha seu contato gravado, não receberá as mensagens em massa disparadas em listas de WhatsApp que você vai montar. Para isso, siga os seguintes passos:

1- Mande uma mensagem de forma unitária à cada pessoa que deseja incluir na sua nova lista.

2- É importante que essa mensagem termine com uma pergunta forçando-a a responder e promover a abertura da criptografia. A criptografia de ponta a ponta do WhatsApp garante que somente você e a pessoa com quem você está se comunicando podem ler ou ouvir as mensagens enviadas na conversa. Ninguém mais terá acesso a elas, nem mesmo o WhatsApp. Somente você e seu destinatário têm as chaves especiais que podem abrir os cadeados que protegem suas mensagens. Para aumentar a segurança, cada mensagem que você envia tem um cadeado e uma chave únicos. Para isso, não é necessário ativar nenhum tipo de configuração. A plataforma faz isso automaticamente.





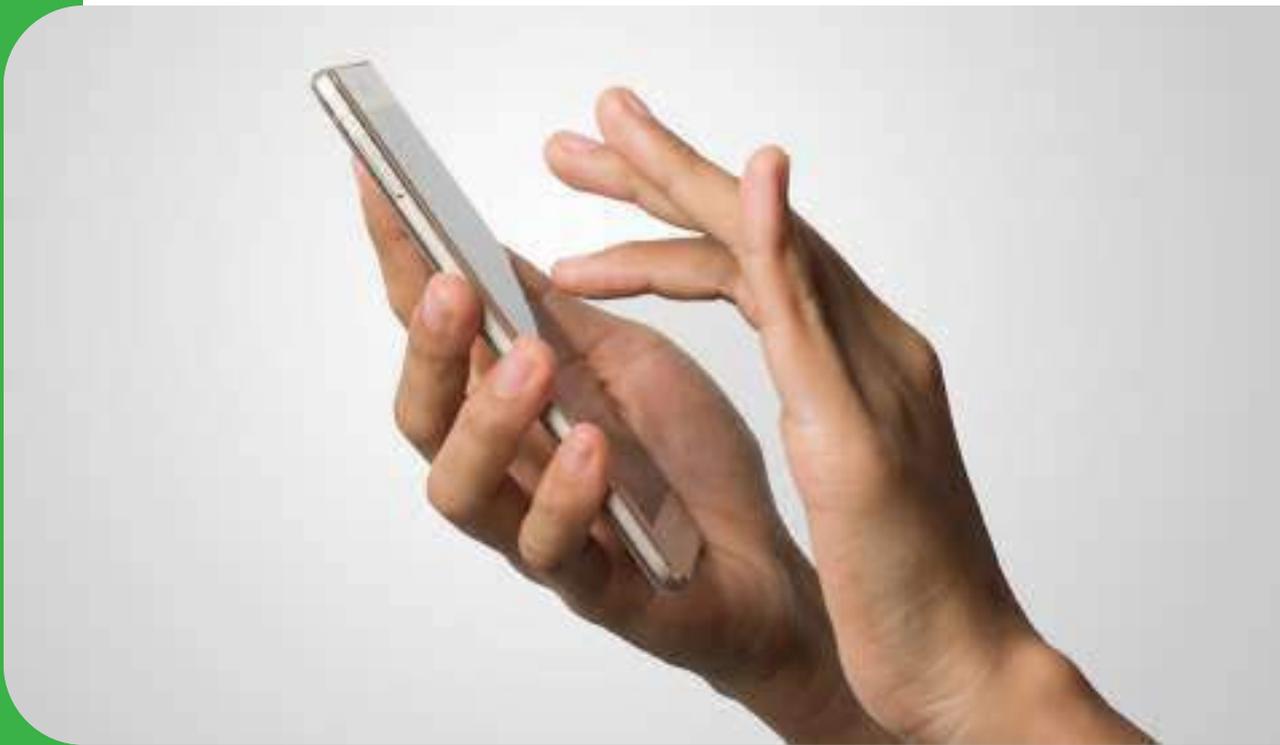
3- Se você obteve retorno da pessoa, porque efetua a pergunta que sugerimos, este contato está pronto para ser incluído em uma lista de transmissão, pois agora o aplicativo entende que ambos querem se falar.

4- Garanta sua inclusão na lista do receptor, mandando uma mensagem como esta por exemplo:

“Olá Fabrício, tudo bem com você? Estou passando apenas para lhe desejar bom dia e checar: você tem meu contato já gravado em seu celular?”

Quero conversar mais com você por este número. Se já salvou me dá um ok.”

5- A partir da resposta dele, basta você codificá-lo e salvar em uma lista deste grupo de amigos.



CODIFICAÇÃO DOS CONTATOS

Vamos imaginar que você tenha uma influência com pessoas do seu segmento religioso e você trabalha em uma empresa de segurança onde tem seus colegas.

Cada grupo de amigos deverá estar em uma lista codificada para facilmente ser direcionada mensagens com diferentes conteúdos, que atinjam os amigos de acordo com o interesse de cada segmento. Por exemplo:

GRUPO RELIGIOSO

RLG– Fernanda Santos

RLG– Toninho Alves

RLG– Pastor Cícero

GRUPO DA EMPRESA DE SEGURANÇA

SGR– Marcos Mendes

SGR– Júlio Dantas

SGR– Andreia Machado

Aqui apenas dois exemplos de segmentos sociais, depois você terá também as pessoas que estão em segmentos geográficos, onde você as codificará pelo bairro onde residem.



BAIRRO BOA VISTA

BVS- Clarice Amaral
BVS- Dino do Lanche
BVS- Claudio Barros

Estas listas que são montadas, devem conter pessoas que possuem os mesmos interesses, objetivos ou que sejam atraídos pelo mesmo tema a ser difundido por você. Fica muito mais fácil, você atrair o interesse dos amigos do seu núcleo religioso se comentar acerca de assuntos sobre os eventos e agenda da igreja, assim como os seus amigos do trabalho, assuntos pertinentes a atividade que desempenha.

Aos contatos dos bairros serão a eles destinados assuntos sobre projetos, sugestões e participação mais ativa. Não que os outros segmentos ficarão fora deste debate, mas quanto mais segmentada a comunicação, mais interesse você acaba gerando, e maior visibilidade você acaba tendo.



4

GERENCIAMENTO DOS ATIVISTAS

No exemplo anterior, abordamos a montagem da estrutura de comunicação diretamente com os seus contatos, agora vamos gerenciar as pessoas que serão seus ativistas digitais. Contratados ou voluntários, a comunicação para eles será diferente, pois estarão engajados em difundir as mensagens padrão que você ou o seu time de comunicação vai passar.





Os ativistas, em seus smartphones, ou no smartphone de algum responsável de sua equipe para conversar com esse grupo de difusores ou HUBs, montará uma lista e codificará por exemplo:

Lista de ativistas digitais

ATV- Carla Moraes

ATV- Pedro Celso Lino

ATV- Ionice dos Santos

Junto aos ativistas você deve fazer também as listas das lideranças também contratadas ou voluntárias em sua pré-campanha. A mensagem para líderes ou ativistas, devem ser as mesmas:

LDR – Jair Tavares

LDR – Débora Alves

LDR – Dona Filó

Para cada Ativista ou Liderança de sua campanha, eles devem possuir as suas listas de transmissão, pois as mensagens a eles direcionadas, devem serem copiadas e coladas em seu formato original, claro que cabe a cada um deles terem também a iniciativa de propagá-las da melhor forma que lhes convier. Porém, você deve oferecê-las no formato que serão distribuídas.



“Olá, Hoje o Valter Mendes, pré-candidato a vereador, pessoa que admiro e respeito muito, estará em sua 3ª LIVE falando de assuntos que interessam muito a todos os moradores de Imperatriz, a você e sua família.

Para você assistir a LIVE clique no link abaixo e seja bem-vindo. Marque aí, começa as 19h.

(Link exemplificativo)”



5

CAMPANHAS DE INFLU- ÊNCIA E PARCERIAS ESTRATÉGICAS



O PAPEL DAS PARCERIAS NA CAMPANHA

No cenário político, as parcerias estratégicas desempenham um papel vital na construção de uma presença robusta e na amplificação da mensagem.

Colaborações com organizações locais, líderes comunitários e grupos de interesse podem criar sinergias significativas.

Na prática, um político brasileiro pode estabelecer parcerias estratégicas com organizações locais, como ONGs voltadas para questões sociais. Por exemplo, ao colaborar com uma instituição que promove a educação em comunidades carentes, o político não apenas demonstra comprometimento com a comunidade, mas também amplifica a mensagem educacional em sua campanha. A criação de eventos conjuntos, como workshops ou campanhas de arrecadação, pode ser uma maneira tangível de unir forças para causas compartilhadas.

ESTRATÉGIAS DE INFLUENCIADORES DIGITAIS

A ascensão dos influenciadores digitais oferece uma nova dimensão ao jogo político.



Ao considerar estratégias de influenciadores digitais, políticos podem identificar figuras locais que tenham um forte seguimento online.

Suponhamos que um candidato esteja focado em questões ambientais; colaborar com influenciadores digitais que compartilham conteúdo relacionado ao meio ambiente pode ser uma estratégia eficaz.

A participação desses influenciadores em eventos da campanha, a criação de conteúdo colaborativo e até mesmo o apoio nas redes sociais podem amplificar significativamente a mensagem do político.





MONITORAMENTO DE TENDÊNCIAS NAS REDES SOCIAIS

A compreensão das tendências nas redes sociais é crucial para manter a relevância e a eficácia da campanha.

Na prática, políticos podem utilizar ferramentas de monitoramento de tendências, como o Google Trends e análises internas das plataformas de redes sociais. Suponhamos que um político esteja focado em questões de saúde pública. Ao monitorar as tendências relacionadas à saúde, como vacinação ou políticas de atendimento médico, o político pode ajustar suas mensagens de campanha para refletir as preocupações emergentes na sociedade. Isso não apenas mantém a campanha relevante, mas também aumenta a probabilidade de engajamento nas redes sociais.

Ao adotar essas práticas, os políticos podem criar campanhas dinâmicas, relevantes e impactantes, aproveitando o poder das parcerias estratégicas, influenciadores digitais e o monitoramento inteligente das tendências nas redes sociais.





6

**ALCANCE
EXPONENCIAL**

25 MIL PESSOAS ALCANÇADAS EM UM CLIQUE

Tenha como meta a criação de uma equipe de 100 ativistas digitais. Você deve solicitar que cada um crie uma lista de transmissão no WhatsApp do celular com no mínimo 250 contatos.

Vale lembrar que, quanto maior o número de contatos salvos no celular dessa pessoa, mais alcance ela terá pela lista.

Se 100 ativistas possui 250 contatos em cada celular, logo atingiremos 25 mil pessoas.

E se cada ativista pedir para que 10 pessoas dos seus contatos compartilhem essa informação para mais 100, chegaremos ao total de:

**100 ATIVISTAS
X 10 MULTIPLICADORES
X 100 COMPARTILHAMENTOS
= 100.000 CONTATOS ATINGIDOS.**

Claro que podemos ter um viés e muitos não receberem, ou ainda não se interessarem, porém se tudo der errado e você descartar 60% desta ação, você atingiu ainda 40.000 pessoas em um único clique.

Quanto maior o volume de repetição ou replicação da mensagem, maior o engajamento e memorização por impactos para mesma pessoa. Ou seja, você consegue fazer com que uma pessoa possa receber por exemplo, 4 vezes, a mesma mensagem de pessoas diferentes. É que em uma cidade e com o grupo de pessoas que você vai trabalhar, obviamente elas podem possuir em cada celular, outras pessoas ou amigos, comum a ambos, aí nós começamos a criar os “memes”.

O efeito na memória das pessoas se dá por repetição de uma mesma mensagem, ou seja, cada pessoa será impactada pela mesma mensagem 4 vezes em um dia, porém, esta mensagem chegou de pessoas diferentes. Este é o efeito “meme”. Você acaba aferindo o sucesso desta estratégia, quando uma única pessoa recebeu a mesma mensagem mais que uma vez, de pessoas diferentes.





**IMPORTANTE
SABER...**

- Jamais economize nos ativistas digitais.
- Monte um time forte e planejado.
- Quanto maior a força de propagação da informação na mente do eleitor, maior será a quebra de objeção e engajamento para o voto.

Lembre-se: cada compartilhamento é um pedido de voto, cada like é um voto se solidificando, e cada comentário negativo deve ser analisado como uma crítica construtiva para ser avaliado. Nem todos que fazem comentários negativos são contra você ou sua campanha. Às vezes querem só chamar a atenção ou ser convidados a estarem mais próximos de você.

Agora que você já sabe do poder dos ativistas digitais e do potencial de comunicação que você terá, não perca mais tempo. Monte agora o seu time de ativistas digitais e comece a atingir em curto tempo, o máximo de espaço ou lugares que você jamais daria conta chegar presencialmente andando e falando com todas essas pessoas.



Não é só ter o melhor time de ativistas digitais. Você precisa ter a estratégia certa e as peças de comunicação e publicidade que gere conteúdo positivo e de engajamento.

Após a informação que foi disparada pelos ativistas digitais no whatsapp, ela deve seguir agora distribuída para outros canais das redes sociais, fechando assim toda a cidade, sendo impactada em todos os canais e celulares com a informação do candidato. Ou seja, dependendo do tamanho da sua cidade, uma informação atingirá por duas ou mais vezes todos os telefones da cidade com apenas um clique pela lista de transmissão.

Por isso, quanto maior for a rede de ativistas digitais, maior será os multiplicadores no compartilhamento e maior será o potencial de informação e propaganda da sua campanha.



CONSIDERAÇÕES FINAIS



Ao final deste e-book, é imperativo refletir sobre o papel dinâmico das estratégias de marketing político e comunicação eleitoral na era digital. A preparação para as eleições municipais de 2024 demanda uma abordagem proativa, integrando não apenas métodos tradicionais, mas também explorando as vastas possibilidades oferecidas pelo mundo digital.

Diretrizes para Líderes Políticos

Autenticidade Continua a Ser Fundamental: A construção e manutenção de uma imagem autêntica são a base de uma liderança política eficaz. O público valoriza a transparência e a autenticidade, características que permeiam todas as interações online e offline.

Inovação Digital é Necessária, mas Não Exclui o Offline:

O uso estratégico das plataformas digitais é vital, mas não deve substituir completamente as estratégias offline. A combinação eficaz de ambos os mundos resulta em uma campanha mais abrangente e impactante.

A Colaboração é a Chave para o Sucesso: Parcerias estratégicas, seja com organizações locais, influenciadores ou ativistas, são fundamentais. A colaboração estende a influência e gera um impacto mais amplo e duradouro.

Adaptação Constante às Tendências: O monitoramento contínuo das tendências nas redes sociais e a adaptação rápida das estratégias são cruciais. O ambiente digital é fluido, e líderes políticos devem ser ágeis na resposta às mudanças.



UMA JORNADA EM CONSTANTE EVOLUÇÃO

A comunicação política é uma jornada em constante evolução. À medida que os líderes políticos se preparam para as eleições de 2024, a capacidade de adaptar-se, inovar e permanecer autêntico será determinante. Este e-book serviu como um guia, mas a jornada real está nas mãos dos líderes visionários que ousam moldar o futuro político com estratégias informadas, criatividade e um compromisso inabalável com o serviço público.

Em última análise, a eficácia de uma campanha eleitoral reside na habilidade de construir pontes significativas entre líderes e eleitores, conectando-se de maneira autêntica e impactante. Que este e-book sirva como uma fonte de inspiração e orientação à medida que você, líder político, embarca nesta jornada crucial em direção ao pleito de 2024. **Boa sorte!**



FEN

Fundação
ECOLÓGICA
NACIONAL