

Quanto custa o voto?

Publicado no site em Julho de 2004

Eis a pergunta que volta a povoar as mentes dos políticos veteranos e angustia os novatos.

Que o leitor entenda, desde já, que a proposta não é discutir por quanto alguém vai "comprar" votos, mas sim com quanto dinheiro e outros valores se poderá fazer uma campanha eleitoral.

Se veteranos facilitam no momento dessa avaliação, "chutando" na operação, "imaginando" orçamentos, é razoável que os neófitos errem muito mais.

Em ambos os casos, convém registrar desde já - e objetivamente - que nenhum candidato majoritário (prefeito) deverá gastar menos de 60 reais por voto na sua própria campanha, mais os investimentos que fizer nas dos proporcionar (vereadores).

Sejam seus ou de terceiros os recursos, não consumirão menos de 90 reais por voto recebido. Se ao interessado parecer errado, proponho que monte imediatamente seu orçamento de campanha, com muita atenção nos seus investimentos em Comunicação, Operações e Apoios Políticos.

Nestas três ações encontrará variáveis que precisarão de esclarecimentos detalhado. É certa que para alguns candidatos estes valores financeiros serão menores, dada à composição do seu "capital pessoal" - imagem, apoios naturais e dinheiro.

Por imagem, tomemos conceitos como reconhecimento público, confiabilidade, facilidade de aproximação, experiência e conhecimento; por apoios naturais a sua introdução e proximidade

social, companhia de voluntários e volume de relacionamento pessoal.

Como capital dinheiro, consideramos seus próprios recursos mais os apoios das estruturas (políticos, entidades, interessados). Aquele que não tiver "boa pontuação" em pelo menos dois desses três itens, necessitará de mais recursos financeiros. É de valiosa consideração o posicionamento do candidato no processo de reeleição.

Custará mais ou menos, dependendo do peso dos componentes de sua "banda negativa": imagem de indecisão/fraqueza, radicalismo/impetuosidade, suspeição/ envolvimento com fatos negativos, carência de conhecimento/inexperiência administrativa, isolamento político-partidário/pequenas estruturas e distanciamento social.

A contraposição à "banda negativa" está no seu capital pessoal, ao qual somando o conceito de autoridade, produzirá o equilíbrio que os eleitores buscam nos seus preferidos.

Em suma, o "custo" por voto recebido é consequência de posturas no seu ambiente sócio-político. Ler sociológicos e analistas nessa área facilitam compreender as nuances do encargo eleitoral.

Cito o professor Gaudêncio Torquato, de escrita fácil e compreensão abrangente do processo, responsável por vários dos conceitos assimilados nos patamares políticos.

Para todos os candidatos, inclusive aqueles que não se assustam com preços de campanhas, vale lembrar que há vários produtos e métodos atualizados de operar campanhas eleitorais, todos eles proporcionando melhor racionalidade nos gastos.

Você, político, usa a rede mundial, conhece seu poder e sabe das restrições eleitorais? Entender e usar é fator de redução financeira na campanha, assim como entender as diferentes reações dos cidadãos, seus eleitores.

Quanto custa o voto?

Conhecer o mínimo de programação neuro-linguística, mais o sistema que avalia comportamentos de maior ou menor grau de dominância, influência, estabilidade e conformidade (D.I.S.C.).

Conhecer conceitos de qualidade e compreender o significado de marketing de relacionamento e de permissão - que cresce a cada momento, ao nível de até os bancos inserirem cláusulas de permissão de negativação cadastral em seus contratos de abertura de conta - fará com que menos dinheiro e recursos físicos sejam desperdiçados.

Em pesquisa de empresa mineira, de cada dez prefeitos entrevistados, oito respondem que pretendem "adotar técnicas modernas" em suas próximas empreitadas eleitorais.

Estão absolutamente certos principalmente se prestarem atenção no fenômeno Internet, onde navegam os melhores críticos ao sistema político vigente, já com restrições de uso pela Justiça Eleitoral.

Você, político, usa a rede mundial, conhece seu poder e sabe das restrições eleitorais? Entender e usar é fator de redução financeira na campanha, assim como entender as diferentes reações dos cidadãos, seus eleitores.

Como dizia Santo Agostinho: 'as pessoas não são o que parecem ser, não são como deveriam ser e não são como gostaríamos que fossem. As pessoas são como são ". É um xeque - mate!

por Nelson Eduardo