

Eleições Absurdas: a candidatura de Chuck Balla¹

Suzane OLIVEIRA²

Roberta LAVAREDA³

Viviane MENNA⁴

Faculdade Estácio do Pará, Belém, PA

Resumo

O trabalho consiste na elaboração de uma campanha política fictícia, desenvolvida no âmbito da Estácio FAP, para as ‘Eleições Absurdas’, exercício da disciplina de comunicação e política. O objetivo era construir a candidatura de Chuck Balla à prefeitura de Belém. Chuck, um representante absurdo dos grupos reacionários, extremistas e machistas da sociedade, com intuito de realizar uma reflexão crítica na instituição sobre os processos políticos, o marketing e sua relação com a comunicação, no momento em que aconteciam as reais eleições. Para tanto, foram adotadas uma série de plataformas de divulgação do candidato: marketing digital no facebook, blog do candidato, cartazes, santinhos, divulgação de plano de governo, jingle e entrevistas. As eleições foram realizadas depois de um debate entre os candidatos, e os estudantes perceberam a importância da comunicação na formação da política.

Palavras-chave: Comunicação e política; eleições absurdas; campanha política; Chuck Balla; reflexão crítica.

1 - INTRODUÇÃO: Eleições Absurdas e a candidatura de Chuck Balla

Esta pesquisa consiste na elaboração de uma campanha política fictícia desenvolvida no âmbito da Estácio FAP, para as “Eleições Absurdas”, exercício da disciplina de Comunicação e Política que tinha como objetivo realizar uma reflexão crítica na instituição sobre os processos políticos, o marketing e sua relação com a comunicação, no momento em que aconteciam as reais eleições no município de Belém.

Para tanto, foram criados uma série de “candidatos absurdos”, levando em consideração temas da política na sociedade paraense e amazônica, e exagerando estes temas em figuras caricatas e extravagantes. A questão era criar uma analogia das questões

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Publicidade em outros meios (PP13).

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda. E-mail: suzaneoliveira93@yahoo.com.br.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda. E-mail: robertajosua@hotmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo e Publicidade da Faculdade Estácio do Pará E-mail: vivimenna@uol.com.br

políticas da Amazônia e construir uma reflexão da relação entre os processos políticos e de comunicação.

Nesse contexto, foi criado o candidato Chuck Balla, um representante fictício dos grupos reacionários, extremistas e machistas da sociedade, que seria candidato à prefeitura de Belém.

O candidato foi criado levando em consideração os temas que estavam relacionados com a realidade política local, exagerados num personagem em que essas ideias pudessem ser identificadas. A base ideológica de Chuck Balla é o fazendeiro do interior que faz justiça com as próprias mãos (daí o sobrenome). O primeiro nome, “Chuck” diz respeito ao poder do macho, ligado agora à figura de Chuck Norris, ator hollywoodiano que encarnou uma série de justiceiros ao longo da carreira⁵.

O personagem, portanto, remete à uma família mais arcaica, ou seja, o homem como líder econômico, o chefe de família e a estrutura patriarcal. Era como se Chuck Balla quisesse voltar a essa estrutura. Suas propostas políticas e sua base de governo estão assentadas nestas ideias. A ideia do “cabresto”. Seu número de candidatura é o 38, calibre de um dos revólveres mais utilizados no Brasil e no mundo, por todas as classes sociais. Seu partido é o “PP do M” (Partido Propriedade do Macho).

Para construir a sua candidatura e disseminar as suas ideias e plataforma de governo entre os eleitores (alunos), foram adotadas uma série de plataformas de divulgação do candidato: marketing digital nas redes sociais, blog do candidato, cartazes, santinhos, divulgação de plano de governo, jingle e entrevistas.

2 - OBJETIVO

Criar a candidatura de Chuck Balla e convencer o público a votar nele a partir do desenvolvimento de vários suportes do marketing político e das técnicas publicitárias.

O candidato foi concebido como um produto, ou seja, o fundamental era convencer o consumidor (eleitor) ao consumo, ao ato de comprar (votar). Essa analogia (produto/candidato) foi necessária como estratégia de mercado para ser o candidato preferido, o escolhido pelo consumidor/eleitor.

⁵ É importante ressaltar que Chuck Norris acabou se tornando também uma figura caricata na internet, em que os usuários recorrentemente utilizam a sua imagem como um símbolo de força. Isso também faz com que a imagem de Chuck Norris seja muito familiar aos jovens e à nova geração.

3 - JUSTIFICATIVA

A campanha foi elaborada com objetivo de construir uma reflexão crítica voltada para as questões da região amazônica, envolvendo: o desmando que acontece no interior do estado (chamado de “Terra sem lei”), a questão da sociedade patriarcal; o uso das armas e a prática de justiça com as próprias mãos, a educação baseada na moral machista, a cultura baseada na violência, entre outros.

A partir da candidatura dele, foram elaboradas propostas políticas sobre cada elemento que compunha sua personalidade, e divulgadas em vários suportes tecnológicos, como estratégia de construção de sua imagem política.

4 - MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a construção do candidato absurdo Chuck Balla, foi elaborado um planejamento estratégico da campanha eleitoral, com diagnóstico, análise SWOT, análise de ambientes internos e externos, criação do *slogan* oficial da campanha e, posteriormente, a criação de peças publicitárias aplicadas ao ambiente de disputa política na Faculdade.

Para a campanha de Chuck Balla foram produzidos: santinhos (para distribuição *in loco* antes e no momento da eleição), cartazes (anexados nos blocos da instituição e ambientes de grande trânsito de estudantes, como próximo aos elevadores ou no hall de entrada da Faculdade e quadro de avisos dos blocos), Fan-page⁶ criada no Facebook, blog próprio do candidato⁷, camisetas personalizadas para seus cabos eleitorais, jingle (que foi transmitido na Rádio FAP), entrevistas (para a TV FAP).

5 - DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A seguir descrevemos o processo de elaboração e planejamento da candidatura de Chuck Balla:

⁶ Página do Facebook em que o público pode acompanhar determinado produto, personalidade, marca ou afins, em suas postagens e atualizações.

⁷ www.chuckballa.blogspot.com.br

5.1 O DIAGNÓSTICO

Em pesquisa, no município de Belém do Pará, na comunidade acadêmica da Faculdade Estácio FAP (Rua Municipalidade, 839 - Reduto), entre os dias 3 a 6 de setembro, houve a necessidade de compreender todos os pontos relacionados abaixo.

5.1.1 Cidadão Eleitor

Observando o comportamento do eleitorado da FAP, a expressão mais destacada foi “é tempo de votar”, isso nos remete a análise de que, a participação política desses eleitores surge (quase que exclusivamente), ao “período da política”. Portanto, nesse caso, política é identificada como eleição e tão somente. Esses mesmos cidadãos possuem sentimentos e percepções que acarretam um nível de insatisfação de 80% com a atual administração municipal. Já no aspecto conceitual e de visão de mundo, os eleitores adotam um perfil desgastado e ferido em relação à política.

5.1.2 Chefe de Governo:

A imagem do chefe de governo foi considerada fraca e de sem credibilidade para determinar se o Candidato do PP do M se posicionará governista. Por isso, defini-se nesse momento que Chuck Balla fará uma campanha oposicionista.

5.1.3 Concorrência: A Análise de concorrência foi pesquisada diretamente com os três principais candidatos concorrentes:

Ana Motosserra – Candidata homossexual que tinha como principal proposta política: tornar a Amazônia uma grande “sauna gay”.

Camila do Sertão - A candidata incluiu no seu plano de governo questões como “exterminar o calor na Amazônia”, através da utilização da vegetação “Mororó”.

Wandy Avalanche – A candidata exibiu propostas, onde todas as sexta-feira do ano fossem feriado na cidade de Belém, proporcionando diversão para o final de semana a partir da “Semana do Litrão” doado pelo próprio governo.

5.1.4 Cenário: O ambiente onde ocorre a competição é Belém do Pará, nesse aspecto, destacam-se uma correlação de forças partidárias recentes e que estão desenvolvendo propostas para futuros estudos. Em relação ao histórico de resultados de eleições passadas, obtivemos reações insatisfeitas da maioria dos eleitores ouvidos. Já no aspecto social, a incoerência na qualidade de vida dos cidadãos persiste até a presente data. Ainda como variáveis relevantes o setor econômico e demográfico apresentam problemas graves de má administração e captação de recursos, isso também influencia no aspecto cultural e de mobilização política do município de Belém.

5.2 POSICIONAMENTO DA CAMPANHA

5.2.1 Foco: o homem que luta pelos direitos de ser homem usando todas “balas que tem”.

5.2.2 Imagem: tradicional e autoritária de um fazendeiro do interior do Pará (Tailândia) com sinais de bipolaridade constante em relação à submissão feminina e a violência para o bem do senso comum. É a paz e o amor pela “bala” (arma de fogo).

5.2.3 Proposta: administrar a cidade de Belém com “rédeas curtas”. Valorizando os direitos dos homens, e além de relacionar os principais setores administrativos do município com coragem e experiência de vida. Apresentar a solução rápida para as mazelas da população, cortando custos, eliminando delinquentes na “bala”.

5.3 PLANEJAMENTO PUBLICITÁRIO PARA A CAMPANHA ELEITORAL DO CANDIDATO A PREFEITURA DE BELÉM – CHUCK BALLA 38.

5.3.1 DO OBJETIVO – o planejamento para o candidato Chuck Balla 38 (produto) é convencer o consumidor (eleitor) ao consumo, ao ato de comprar (votar). Essa analogia (produto/candidato) é necessária para o convencimento que cada um faz no mercado para ser preferido, o escolhido pelo consumidor/eleitor.

5.3.2 DO POSICIONAMENTO - sugere a argumentação de ficar em um lugar no espaço. O Posicionamento eleitoral definido corresponde à ocupação de um espaço na

percepção dos eleitores que ajude a atingir um objetivo. Isso significa identificar e assumir um lugar que ofereça potencial de crescimento, que torne a candidatura competitiva dentro do ambiente de concorrência com os demais candidatos.

5.3.3 DA ANÁLISE SWOT – Este é o primeiro estágio de planejamento, o que ajuda o comunicador a focar nos pontos principais do produto.

ANÁLISE DO AMBIENTE INTERNO

Forças de Chuck Balla 38:

- Popular nas discussões políticas de sua cidade natal.
- Possui experiência para captação de recursos financeiros.
- Forte liderança com grupos de trabalho, voltados para a manutenção da ordem e dos bons costumes da sociedade.

Fraquezas de Chuck Balla 38:

- Nunca concorreu a uma eleição oficial anteriormente.
- Impaciente com a burocracia política local.
- Sofre de bipolaridade constante, por dificuldades de relacionamento.

ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO

Oportunidades de Chuck Balla 38:

- Aliança política com grupo de esquerda, estrategicamente planejada, para alcançar seu objetivo final.

Ameaças a Chuck Balla 38:

- As principais ameaças são seus candidatos concorrentes: Ana Motoserra, Wandy Avalanche, Camila do Sertão, Fernando P&B, Léo Antibes.

SLOGAN

O legítimo voto de cabresto.

5.3.4 DAS PEÇAS PUBLICITÁRIAS:

CARTAZ A3: Impresso em papel fotográfico, medindo 297x420mm.

SANTINHOS: Impressos em papel fotográfico, medindo 100x70mm.

JINGLE: Duração: 30”.

Texto: “Aperte o 38
O voto de cabresto meu povo
O malaco teme, a bala do PP do M
O candidato faz o que fala
Pra Belém mudar, Chuck Balla (coro 2x)
Aperte o 38 (2x)
O voto de cabresto meu povo (coro 2x).”

VINHETA: Duração: 05”.

Texto: “Chuckkkkkk Balla. Aperte o 38!”.

PÁGINA FACEBOOK: <https://www.facebook.com/ChuckBalla38>

Curtidas: 217

BLOGSPOT: <http://chuckballa.blogspot.com.br/>

Postagens: 7

- Biografia do candidato
- Pei... pei... valorizando o meio ambiente!
- Pei... pei... mais atitude na educação!
- Pei... pei... Carregando as balas do lazer e da cultura!
- Vazam fotos de Chuck Balla!
- Agenda do Chuck Balla!
- Chuck Balla, rumo a vitória!

6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração das peças publicitárias foi desenvolvida a partir de estratégias estudadas e discutidas no planejamento, para a divulgação do produto. Os cartazes foram de suma importância, para causar aproximação e reforço de imagem do candidato. Em contrapartida, santinhos foram entregues durante as prévias eleitorais e nos pontos de votação. Especialmente, o santinho, pois este teve presença definitiva no “corpo-a-corpo” com o eleitorado, para se obter o resultado positivo nas urnas.

Este projeto serviu para compreendermos que, a comunicação política - atrelada a outras técnicas de comunicação - se configura como uma ferramenta extremamente importante para a imagem do candidato perante o eleitorado, o qual deposita confiabilidade nos argumentos e atitudes de plano de governo disponibilizados.

O resultado das Eleições Absurdas foi positivo, entretanto, podemos observar que mesmo em um âmbito acadêmico ocorreu sistema de fraude e manipulação de cédulas de votação. Com isso, o candidato Chuck Balla alcançou o 3º lugar, perdendo respectivamente, para as candidatas Wandy Avalanche e Ana Motoserra.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMORIM, Adelina Maria Alfenas. **Carnavalização, sátira e ironia em memórias de um sargento de milícias e terra Papagalli**. Monografia. Rio de Janeiro: Convergência Online, 1997.

RADMANN, Elis Rejane Heinemann. **O Eleitor Brasileiro**: uma análise do comportamento eleitoral. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política. 2011.

BARBOSA, Alessandra Ferreira. **Política Brasileira sob a ótica de José Simão**. Monografia. Belo Horizonte: Curso de Comunicação Social do Centro Universitário de Belo Horizonte, 2005.

ANEXO A – PLANO DE GOVERNO DO CANDIDATO “CHUCK BALLA”



PARTIDO PROPRIEDADE DO MACHO

**PLANO DE GOVERNO DO CANDIDATO A PREFEITO DE
BELÉM CHUCK BALLA 38**

O LEGÍTIMO VOTO DE CABRESTO

**OUT.- 2012
BELÉM - PA**

Belém fortalecida com “rédeas curtas”, independente, “afiada” e pronta para usar todas as “balas que tem” no cabresto.

I – PROGRAMAS, PROJETOS E AÇÕES DE GOVERNO.

– Na área do **Meio Ambiente**

- ✓ Programa de Reflorestar todos os canais a céu aberto de Belém.

– Na área da **Educação**

- ✓ Implantar nas escolas a “REGRA ADMF” – AUTORIDADE DO MACHO FORTE para instruir as crianças a defesa pessoal e a atitude de liderança.

– Na área da **Saúde**

- ✓ Criação do SUJI (Sistema Único de Jangadas para Idosos) com GPS para levarem os idosos que formam filas nos PSM’s para serem cuidados em aldeias indígenas com o tratamento.

– Na área de **Lazer e Cultura**

- ✓ Criação do Projeto “BALLA COLISEU”. Espaço recreativo com duas estruturas:

- **1º FÍSICA:** tiro ao alvo, arco e flecha, arremesso de granadas e campeonato de saque com estilingue e paintball no campo.

- **2º INTELECTUAL:** Salas climatizadas com computadores modernos para o público exercitar Counter Strike, Medal Of Honor, Nintendo Wii com o jogo "MIRA BALLA".

– Na área de **Segurança**

- ✓ Implantar a ação “Pelotão da Balla”, que será composto por machos treinados por Chuck Balla em um intercâmbio no município de Tailândia-Pa, para reforçarem a manutenção da ordem na cidade de Belém.

– Na área de **Transporte**

- ✓ Implantar o “Blindado Móvel”: transportes coletivos blindados para circularem em áreas de risco.

– Na área **socioeconômica**

- ✓ Criação do Programa “Check-macho”, no valor de R\$1.000,00 mensais, para “Capatazes Comunitários” (protetores do bairro) cadastrados no Programa, incluindo treinamento de segurança pessoal.
- ✓ Criação da “Casa das Guerreiras”, onde mulheres de pulso firme terão treinamentos de elite para assumir cargos no município.