

Plano de Comunicação Partido do Movimento Democrático brasileiro¹

André Luiz Figueiredo de Sá Baldo²

José Antonio Martinez³

Matheus Mazacotte⁴

Nickolas Medeiros⁵

Nuri Puppi Rinaldin⁶

André Santini⁷

Universidade Positivo, Curitiba, PR

RESUMO

A confiança e participação de jovens em partidos políticos vêm se tornando cada vez menor. Levados também pelo descrédito do cenário político brasileiro atual, a juventude tem buscado outras maneiras de demonstrar seu descontentamento. Atento a essa tendência, esse projeto buscou auxiliar através de um Plano de Comunicação o PMDB-PR a se aproximar desse jovem que não é alienado politicamente mas que se afastou da participação política.

PALAVRAS-CHAVE: Plano de Comunicação, Comunicação Integrada, PMDB, Política, Partido Político, jovem.

1 INTRODUÇÃO

Ao indagar o presidente da Fundação política do PMDB-PR sobre o maior motivo que levaria nossos jovens a filiar-se em seu partido, a resposta veio rápida, confiante e com um tom de dever cumprido: “Somos o partido que lutou contra a ditadura“. Uma resposta nobre, que resume um ponto histórico e fundamental da história brasileira. Talvez essa razão fosse espetacular algumas décadas atrás (e de fato foi, levando em conta que hoje o PMDB é o líder de filiados no Brasil.). Mas estamos falando de um novo século, uma nova

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Projeto de Comunicação Integrada.

² Co-autor do trabalho bacharel no curso de Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda.

³ Aluno líder do grupo e bacharel no curso de Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda, email: zemartienz@gmail.com.

⁴ Co-autor do trabalho bacharel no curso de Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda.

⁵ Co-autor do trabalho bacharel no curso de Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda.

⁶ Co-autor do trabalho bacharel no curso de Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda.

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda.

juventude. Hoje, a política não é um assunto que na cabeça dos jovens seja mesmo relevante. É um tópico que fica atrás de música e cinema, por exemplo, na lista de prioridades dessas pessoas. Muito se engana aquele que pensa que isso seja um sintoma claro de alienação, é apenas um reflexo de um país que tem a política, embora com uma imagem negativa, vivendo em mares calmos. A situação é bem vista e a oposição também. Não há motivo aparente para manifestações. A classe alta vive bem, a média paga seu preço sem reclamar e as classes mais baixas parecem ter encontrado o caminho do sucesso. Nesse ilusório cenário otimista, tem se em nossa mente que a palavra “política”, é sinônimo de corrupção, ladroagem e falta de caráter.

Analisando tudo isso, volto a resposta do nosso contato no partido e me pergunto : “Será mesmo que a juventude de hoje iria se interessar por um partido que lutou contra a ditadura décadas atrás?” . Claro que essa questão foi mental e que provavelmente causaria uma dúvida, mesmo que pequena, na cabeça dele. Esse é o ponto de início dessa campanha. Tivemos de analisar o comportamento do jovem. Ir até ele, onde ele está – levar a política para a internet, nas redes sociais - dar um jeito de modelar o pensamento milenar dos gregos para aquele que está acessando seu facebook direto de seu novo tablet, e fazer isso parecer interessante. Mais que isso, fazer um trabalho de brand do partido, para que o jovem o veja como uma oportunidade de fazer parte de algo, de poder fazer a diferença – não apenas por admirar sua luta contra a ditadura.

A Social Ad traçou esse desafio e preparou uma plano de comunicação a altura de um partido que lutou contra a ditadura e moderno o suficiente para atrair aquela pessoa que vive nas redes sociais.

2 OBJETIVO

Apresentar um Plano de Comunicação para o PMDB-PR que tem como meta aumentar o número de filiados jovens bem como a participação deles na política no estado do Paraná.

3 JUSTIFICATIVA

3.1 A importância do PMDB no estado do Paraná

O partido surgiu informalmente em 4 de dezembro 1965 como MDB (Movimento Democrático Brasileiro) em oposição a ARENA (partido favorável a ditadura) após a extinção dos partidos imposta pelo AI-2 e a instalação do bipartidarismo (tentando copiar a bipolaridade dos Estados Unidos entre Republicanos e Democratas), obteve seu registro oficial na Justiça Eleitoral em 24 de março de 1966. Em 1980, promoveu-se a reforma política através do Congresso extinguindo o bipartidarismo e a reinstalação do pluripartidarismo e o MDB passou a ser chamado de PMDB.

Hoje o PMDB é o maior partido do Brasil e do Paraná. Em 2010, só no Paraná, o PMDB elegeu 13 deputados estaduais e 6 federais, as maiores bancadas da Assembléia e da Câmara. Em 2008, o PMDB elegeu 136 prefeitos, 120 vice-prefeitos e 753 vereadores. Ele possui uma regional situada em Curitiba que atende todos os 399 municípios do Estado, todos estes possuindo um diretório municipal. O partido conta hoje com 190.263 filiados no Estado.

3.2 A Fundação Ulisses Guimarães e a formação política dos jovens

Todo partido brasileiro possui uma fundação que tem como objetivo a formação política dos militantes e preservação dos ideais do partido. A fundação do PMDB é chamada de Fundação Ulisses Guimarães (FUG).

Como funciona: 20% da arrecadação do partido é destinada a fundação partidária. A verba é investida em projetos de formação política e apoio ideológico dos partidos.

A FUG oferece um Programa de Formação Política continuado. Desenvolvendo projetos de reaproximação dos jovens com a política e com o partido em parceria com a Universidade Federal de Brasília e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Esses cursos são abertos, gratuitos e com valor de extensão universitária.

3.3 O eleitor paranaense

Levando em consideração o resultado das eleições nos últimos 16 anos, o eleitorado paranaense é de maioria “direita” e também pode ser considerado um eleitorado conservador, isso por não ter o costume de eleger políticos jovens e que batem na tecla de renovação. Candidatos mais experientes e famílias tradicionais lideram há tempos a política paranaense e curitibana.

3.4 O eleitor jovem na Grande Curitiba

Em pesquisa quantitativa feita pelo Instituto Paraná Pesquisas (julho/2012)³, foi traçado um perfil do eleitorado jovem curitibano. O resultado foi a exposição de uma juventude sem interesse político e um tanto quanto desacreditada sobre o futuro.

De acordo com Samira Kauchakje, cientista política da PUC-PR, sobre a pesquisa, isso não reflete em uma geração alienada e sim uma reprovação por parte desses com o modo com que a política é feita atualmente: “Nós podemos afirmar que o fato de dizer não à política como ela se apresenta também é uma atitude política em vista de mudanças. Os jovens não estão alienados, mas sim se posicionando contra o modelo atual. Eles querem saber de uma outra política, pautada em respostas para as demandas deles, as demandas dos grupos minoritários e também da população em geral”.

3.5 A concorrência

Foram analisados todos os projetos, presença online e movimentos políticos que visam a mobilização jovem dos principais concorrentes diretos e indiretos do PMDB no Paraná. Não foi encontrado nenhum trabalho relevante ou de sucesso comprovado. Revelando assim, uma grande oportunidade para o partido atuar nessa área.

3.6 Diagnóstico

Tendo em vista os principais pontos levantados do cliente, dados de pesquisas e análise da concorrência, podemos concluir que de fato a juventude está desacreditada com a política nacional, mas que não apresenta sintomas de alienação nem omissão. Fato esse que abre um mercado interessante e com um campo grande a ser explorado.

3.7 Criação

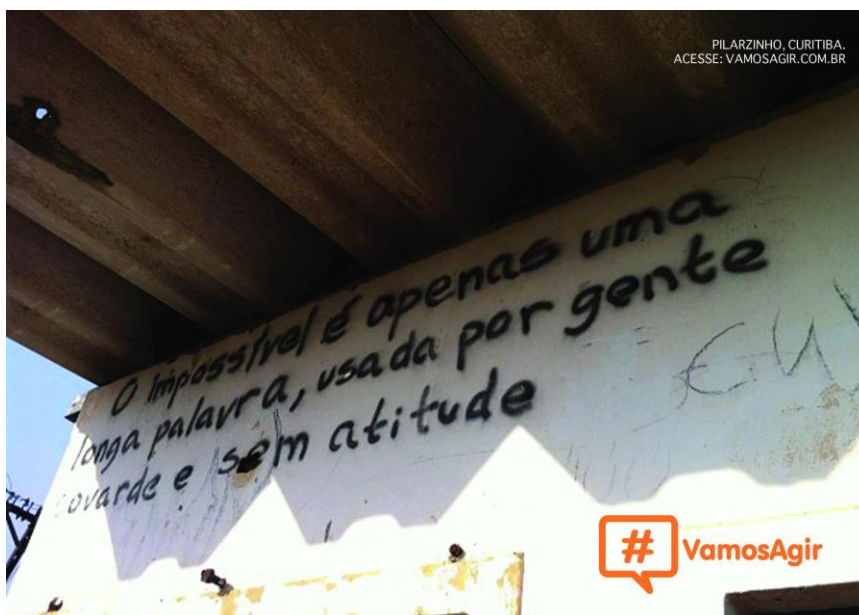
Visando abordar todos os problemas encontrados no diagnóstico e também contemplar todos os objetivos da comunicação chegamos ao Conceito Criativo de que a “Política é feita de pessoas. E pessoas fazem a diferença”. A partir do conceito, foram propostas diversas ações de comunicação no âmbito online e off-line para o partido.

As principais ações foram o Movimento Popular #VamosAgir, divulgação dos cursos de formação política para jovens já existente e disponibilizados pela Fundação

Ulysess Guimarães, reestruturação e reforço da presença online do partido, ações de e-mail marketing, ações junto aos militantes do partido visando a mobilização dos mesmos e ações de CRM.

Para atingir o público jovem buscamos aproximar a comunicação do partido com a linguagem de rua, muito popular entre os jovens. Para isso, os anúncios de mídia juntam frases de efeito com imagens naturais de grafites encontrados pelas ruas da cidade.

Revista:



Mobiliário Urbano:



Levante-se.

Eu venho de um lugar onde as pessoas são integras e buscam sempre fazer o melhor. Eu venho de um lugar onde novas ideias são discutidas respeitando as antigas. E o mais importante: eu venho de um lugar onde o jovem pensa, critica e opina.

Vamos Agir

Conheça o movimento: vamosagir.org.br

Também buscamos revitalizar e desenvolver uma presença online relevante para o partido e para o movimento #VamosAgir.

Site:



INICIAL / MANIFESTO / CURSO / PMDB COMPARTILHE: f e

VamosAgir

FAÇA PARTE DESSA HISTÓRIA

"...Política não se faz com ódio, pois não é função hepática. É filha da consciência, irmã do caráter, hóspede do coração. Eventualmente, pode até ser acolhida pela mesma cólera com que Jesus Cristo, o político da Paz e da Justiça, expulsou os vendilhões do Templo. Nunca com a raiva dos invejosos, maledicentes, frustrados ou ressentidos. Sejam os fiéis ao evangelho de Santo Agostinho: ódio ao pecado, amor ao pecador. Quem não se interessa pela política, não se interessa pela vida..."

Ulysses Guimarães
4 de março de 1985

CLIQUE E SAIBA COMO PARTICIPAR

VamosAgir

VAMOSAGIR
Veja como foi o evento inaugural

AÇÃO NO LARGO DA ORDEM
Clique aqui e saiba como participar

NO QUE VOCÊ ACREDITA?
Clique aqui e saiba como participar



INICIAL / MANIFESTO / CURSO / PMDB COMPARTILHE: f e

VamosAgir

MANIFESTO

A nossa história começou quando percebemos que estávamos cansados da forma como as coisas aconteciam na política atual. Estávamos cansados de escândalos, maracutias e candidatos ruins. Decidimos, por tanto, agir. Se organizar, mostrar a cara e tentar fazer alguma coisa para mudar a situação.

Em várias conversas com amigos, parentes e colegas, fomos percebendo que a vontade de mudar é compartilhada por muito mais gente. E com muito esforço, dedicação e garra, conseguimos juntar um número considerável de amigos para apoiar e fazer essa ideia tomar forma.

Nosso movimento ganhou força quando conhecemos, nos envolvemos e conseguimos o apoio do PMDB do Paraná, partido que nos acolheu e nos apoiou nessa jornada.

Nós vimos para resgatar os ideais democráticos que fundaram esse partido. Ideais tão fortes que levaram todo povo brasileiro por diversas a travar batalhas fundamentais para a nossa história. Como ser oposição ao ARENA, o partido da ditadura, ou lutar as ruas de gente pedindo as diretas já.

Acreditamos que a mudança só será possível quando pessoas bem intencionadas se interessarem e participarem ativamente da política, e eis aqui a nossa chance.

Descubra, conheça, informe-se e participe. Junte-se aos jovens que querem fazer parte da nova política.

#VamosAgir

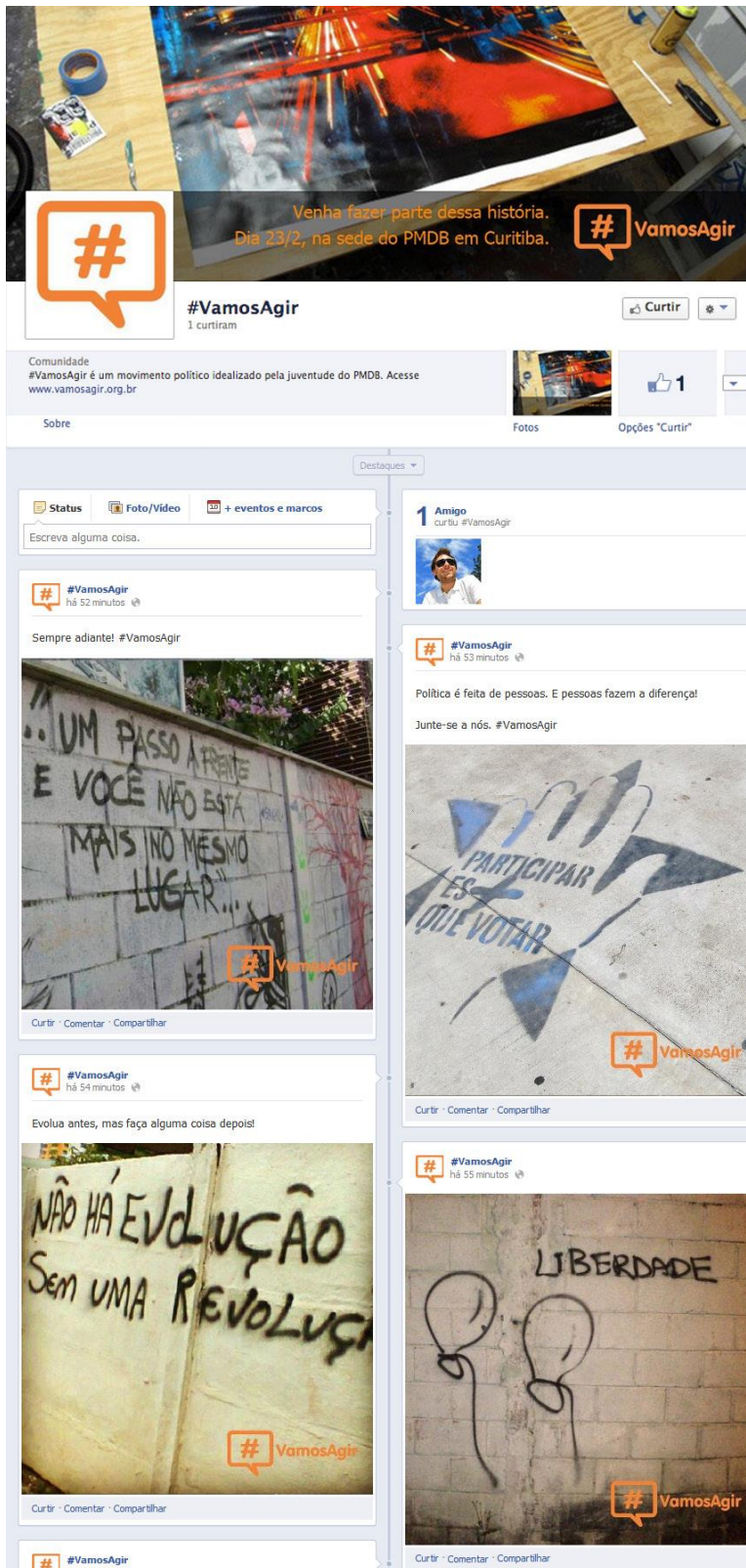
CONHEÇA O CURSO DE FORMAÇÃO POLÍTICA PARA A JUVENTUDE

INSCREVA-SE E PARTICIPE >

Site mobile (essencial para a proposta da campanha):



Facebook:



Venha fazer parte dessa história.
Dia 23/2, na sede do PMDB em Curitiba. **#VamosAgir**

#VamosAgir
1 curtiram

Comunidade
#VamosAgir é um movimento político idealizado pela juventude do PMDB. Acesse www.vamosagir.org.br

Sobre Fotos Opções "Curtir"

Destques

Status Foto/Video + eventos e marcos
Escreva alguma coisa.

#VamosAgir
há 52 minutos

Sempre adiante! #VamosAgir

#VamosAgir
há 53 minutos

Política é feita de pessoas. E pessoas fazem a diferença!
Junte-se a nós. #VamosAgir

#VamosAgir
há 54 minutos

Evolua antes, mas faça alguma coisa depois!

#VamosAgir
há 55 minutos

#VamosAgir
há 57 minutos

#VamosAgir
há 57 minutos

3.8 Custos

Foram apresentados todos os orçamentos dos investimentos dentro da verba previamente acordada com o cliente.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para realização do trabalho foram realizados métodos de pesquisa de natureza qualitativas e quantitativas. Pesquisa Histórica, Bibliográfica e Documental. Utilizando métodos de análise de conteúdo, estudo de casos, análise de redes sociais e pesquisas de campo/realidade com o público alvo.

6 CONSIDERAÇÕES

Com o trabalho, buscamos uma proposta inovadora e capaz de falar com o jovem que não acredita em partidos políticos. Os esforços foram concentrados em fazer, em um primeiro momento, com que as pessoas já filiadas ao PMDB acreditassem e participassem ativamente da campanha. As demais ações buscaram atingir o público-alvo de maneira não invasiva demonstrando que participar da política é importante e deve ser feito.