



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA MÍDIA



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA MÍDIA**

LARA DE FIGUEIREDO EUFRAUZINO

MARKETING POLÍTICO E MÍDIAS SOCIAIS

As estratégias utilizadas no facebook e twitter de Cássio Cunha Lima (PSDB/PB), nas
eleições de 2014

NATAL – RN, Setembro de 2015

LARA DE FIGUEIREDO EUFRAUZINO

MARKETING POLÍTICO E MÍDIAS SOCIAIS

As estratégias utilizadas no facebook e twitter de Cássio Cunha Lima (PSDB/PB), nas eleições de 2014

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Maria do Socorro Furtado Veloso

Linha de Pesquisa: Estudos da Mídia e Práticas Sociais

NATAL – RN, Setembro de 2015

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

UFRN / Biblioteca Central Zila Mamede
Catalogação da Publicação na Fonte

Eufrauzino, Lara de Figueiredo.
Marketing Político e mídias sociais: as estratégias utilizadas no facebook e twitter de Cássio Cunha Lima PSDB/PB, nas eleições de 2014/ Lara de Figueiredo Eufrauzino. – Natal, RN, 2016.
134f : il.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Maria do Socorro Furtado Veloso

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia.

1. Mídia – Estudo e ensino – Dissertação. 2. Marketing Político – Dissertação. 3. Mídias Sociais – Dissertação. 4. Estratégias – Dissertação. 5. Eleições – Dissertação. 6. Práticas Sociais – Dissertação. I. Veloso, Maria do Socorro Furtado. II. Título.

RN/UF/BCZM

CDU 316.774

Dedico este trabalho à Deus e à minha Família, que foram e são peças fundamentais para o meu crescimento enquanto ser humano e quanto à profissional que almejo me tornar.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar a **Deus**, pois sem Ele para cuidar de todos os meus passos ao longo desta jornada, nada teria se concretizado.

Aos meus amados pais, **Juracy** e **Josélia**, por todo o amor, compreensão e dedicação incondicionais. Sem o apoio deles nada disso teria sido possível. Agradeço também às outras duas pessoas mais importantes da minha vida, meus irmãos, **Victória** e **Mateus**. À Victória, pelas noites mal dormidas em que fiquei com as luzes do quarto acesas madrugada adentro. A Mateus, pela troca de quarto em algumas noites para que ele e Victória pudessem dormir em paz.

Não posso deixar de agradecer também aos meus avós, tios e primos por estarem sempre ao meu lado e me proporcionarem momentos que serão guardados pelo resto da minha vida. Agradeço em especial às minhas outras três mães: **tia Popô**, pois sempre esteve ao meu lado cuidando e se preocupando para que tudo desse certo; **tia Verônica**, que foi peça-chave na minha educação; **tia Ana** (em memória), por tanto amor e dedicação que são apenas doces lembranças cheias de saudades.

Aos colegas do PPGEM pelos momentos de descontração, happy hours e cumplicidade. Agradeço a eles também pelos momentos de discussões e desentendimentos, pois através deles nos tornamos seres mais críticos. Agradeço a todos, mas em especial à Lídia, Klênnia, Amanda, Bruna, Emili e Cléber por tanta cumplicidade, amizade e parceria. Vou morrer de saudades de vocês turma 2013.

Não devo esquecer os meus amigos, pois sem eles tudo teria sido tão sem cor. Principalmente ao final dessa jornada, quando mais precisei do apoio e suporte de todos. Às minhas amigas de Campina Grande por estarem sempre ao meu lado e não me deixarem em paz nunca (risos). Amo vocês! Às minhas amigas de Natal por sempre me receberem tão bem quanto estou na cidade e por me oferecerem abrigo, especialmente Amanda. A Lonan pelo Abstract e a tia Verônica pela revisão. Essa vitória também é de vocês.

Agradeço a todos os professores que contribuíram para o meu aprendizado, desde os primeiros passos até mais esta conquista, com dicas, broncas, contribuições. Agradeço em especial aos professores Marcelo Bolshaw, por me proporcionar uma maravilhosa experiência no estágio docência e por estar sempre disposto a contribuir com o meu trabalho, e à professora Maria Érica, por nunca ter se negado a me ajudar.

Agradeço também à CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, por ter financiado metade deste percurso.

Agradeço à minha orientadora, professora Socorro Veloso, por toda sua dedicação, compromisso e atenção comigo e com a minha pesquisa. Agradeço-a também por ter me dado a oportunidade de realizar um novo estágio docência, uma experiência rica que vou levar para a vida, além disso agradeço por ter me dado a oportunidade de sentir um pouco na pele a docência quando me convidou, junto aos seus orientandos, para fazer parte da banca avaliadora do trabalho de conclusão de curso deles; e por nunca ter desistido de mim, até quando eu mais fiz por onde. Lhe serei eternamente grata por isso.

A todos, o meu muito obrigada!

A vitória tem mil pais, mas a derrota é órfã.
(J. F. Kennedy)

SUMÁRIO

Lista de Figuras	10
Lista de Gráficos e Tabelas	12
Lista de Siglas	13
Resumo	15
Abstract	16
INTRODUÇÃO	17
1. MARKETING POLÍTICO ELEITORAL: DEBATENDO CONCEITOS E ESTRATÉGIAS	22
1.1. A Opinião Pública na Política	22
1.2. Marketing	25
1.2.1. O que é Marketing?	28
1.3. Marketing Político Eleitoral	33
1.3.1. Estratégias Eleitorais	36
1.3.2. Noções de Imagem Pública	38
2. WEB 2.0: MÍDIAS SOCIAIS	44
2.1. O Digital e o Marketing	44
2.1.1. O mundo on-line: Web 1.0, 2.0 e 3.0	45
2.2. Redes Sociais x Mídias Sociais	46
2.2.1. Facebook	50
2.2.2. Twitter	53
2.2.3. Importância da internet no atual processo eleitoral.....	57
3. PERCURSO METODOLÓGICO	59
3.1. Referencial Bibliográfico	60
3.2. Estudo de Caso	61
3.3. Etnografia Virtual: análise qualitativa e quantitativa do conteúdo coletado nas mídias sociais	62
4. ELEIÇÕES 2014: ESTRATÉGIAS UTILIZADAS NO FACEBOOK E TWITTER DE CÁSSIO CUNHA LIMA (PSDB/PB)	66
4.1. Quem é Cássio Cunha Lima?	66
4.2. E Ricardo Coutinho?	67

4.3. Contexto eleitoral paraibano em 2014.....	69
4.4. Dados e Análise.....	73
CONSIDERAÇÕES FINAIS.	95
REFERÊNCIAS.	100
ANEXOS.	107

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Pirâmide das Necessidades proposta por Abraham Maslow.....	32
Figura 2	Quadro de construção da imagem pública proposta por M^a Helena Weber	40
Figura 3	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “agenda”	80
Figura 4	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “agenda”	80
Figura 5	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “agenda”	80
Figura 6	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “prestígio e apoio”	81
Figura 7	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “prestígio e apoio”	81
Figura 8	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “prestígio e apoio”	81
Figura 9	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “posicionamento”	82
Figura 10	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “posicionamento”	82
Figura 11	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “posicionamento”	82
Figura 12	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “notícias e informações”	83
Figura 13	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “notícias e informações”	83
Figura 14	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “notícias e informações”	83
Figura 15	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “campanha negativa”	84
Figura 16	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “campanha negativa”	84
Figura 17	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “campanha negativa”	84
Figura 18	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “engajamento”	85

Figura 19	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “engajamento”	85
Figura 20	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “engajamento”	85
Figura 21	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “propostas e projetos”	86
Figura 22	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “propostas e projetos”	86
Figura 23	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “realizações pregressas”	87
Figura 24	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “realizações pregressas”	87
Figura 25	Exemplo de dao colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrado na categoria de análise “realizações pregressas”	87

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

Gráfico 1	Evolução no volume de postagens por turno da eleição	78
Tabela 1	Total de Postagens nos perfis oficiais do candidato	74
Tabela 2	Distribuição das postagens nos perfis oficiais de acordo com as categorias de análise.....	78
Gráfico 2	Proporção de publicações utilizando recursos de imagens, vídeos e textos.....	88
Gráfico 3	Recursos usados nas postagens das páginas oficiais do candidato (%).....	89
Gráfico 4	Nível de adoção de memes nos perfis de Cássio Cunha Lima.....	90
Gráfico 5	Percentual de integração com outros sites.....	91

LISTA DE SIGLAS

AMA	American Marketing Association.....	28
CCJ	Centro de Ciências Jurídicas.....	66
CDC	Código de Defesa do Consumidor	19
CDE	Código de Defesa do Eleitor	19
CEO	Chief Executive Officer	27
CPMI	Comissão Parlamentar Mista de Inquérito	67
CRM	Customer Relationship Management	27
DIAP	Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar	67
FAC	Folha de Antecedentes Criminais	70
HGPE	Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral	19
IIG	Instituto Indiano de Gestão.....	52
IIT	Instituto Indiano de Tecnologia.....	52
MP	Ministério Público	71
OP	Opinião Pública.....	22
OSU	Ohio State University.....	28
PB	Paraíba	66
PDS	Partido da Social Democracia	73
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro.....	17
PP	Partido Progressista	72
PRE	Procuradoria Regional Eleitoral.....	70
PROS	Partido Republicano da Ordem Social	17
PSB	Partido Socialista Brasileiro	17
PSC	Partido Social Cristão	72
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira	15
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade.....	17
PSTU	Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado.....	17
PT	Partido dos Trabalhadores.....	69

PTB	Partido Trabalhista Brasileiro	66
RSS	Rich Site Summary / Really Simple Syndication	54
SGM	Segunda Guerra Mundial.....	25
SMO	Social Media Optimization	48
SMS	Short Message Service	53
SUDENE	Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste.....	66
TICs	Tecnologias da Informação e Comunicação.....	98
TIM	Telecom Italia Mobile	52
TRE	Tribunal Regional Eleitoral	70
TSE	Tribunal Superior Eleitoral.....	71
UCG	User-generated content	48
UEPB	Universidade Estadual da Paraíba.....	66
UFPB	Universidade Federal da Paraíba.....	66
URL	Universal Resource Locator.....	52
WWW	World Wide Web.....	27

RESUMO

Esta dissertação se propõe a analisar e compreender o processo e as práticas das estratégias de marketing político aplicadas às mídias sociais facebook e twitter de Cássio Cunha Lima - PSDB, candidato a governador da Paraíba, nas eleições de 2014. O trabalho está dividido em três partes. Os primeiros dois capítulos, ambos de cunho teórico, embasam a discussão sobre a utilização da internet como espaço de campanha e de marketing político na campanha, bem como as diferentes estratégias de comunicação e de marketing eleitoral já apresentadas pela literatura. Na sequência, dedica-se um tópico para a apresentação da metodologia e, posteriormente, faz-se a discussão da análise empírica dos dados. Por fim, apresentam-se as conclusões. A análise tem como ponto de partida os modelos de Figueiredo et al. (1998) e Albuquerque (1999) para observação das estratégias tradicionais e sugere a inclusão de estratégias tipicamente verificadas na internet. A metodologia empregada para a análise foi a qualitativa e a quantitativa de conteúdo, a partir de variáveis que elencam diferentes estratégias de campanha eleitoral. Visando atingir o propósito desta pesquisa, foi realizado um estudo de caso tendo como objeto de análise a campanha online de Cássio Cunha Lima. O estudo de caso se deu a partir da construção de um perfil biográfico e político do candidato, apresentados e discutidos ao longo do texto. Esta pesquisa também fez uso da etnografia virtual. Para tanto, foram monitoradas as mídias sociais facebook e twitter desse político, com o auxílio do programa de captura de imagens - *Greenshot*, através da criação de categorias de análise pré-definidas, como, por exemplo, agenda, prestígio e apoio, campanha negativa, engajamento, entre outras. O período escolhido para o monitoramento dos perfis oficiais do candidato foi entre os dias 24 de agosto e 28 de outubro de 2014, pois comporta o período pré, durante e pós-eleição onde observou-se maior nível de movimentação do candidato e de sua equipe de marketing nas mídias sociais selecionadas para análise. Os resultados indicam que a estratégia de mobilização (online e offline), mesclada com a promoção de agenda, é o que predomina nas mídias sociais de Cássio. Além disso, indicam também que elas não evidenciam o fracasso da campanha deste candidato em 2014.

Palavras-chave: Estudos da mídia. Marketing político. Mídias sociais. Estratégias. Eleições. Práticas Sociais.

ABSTRACT

This dissertation aims to analyze and understand the process and practices of political marketing strategies applied to social media facebook and twitter Cássio Cunha Lima - PSDB candidate for governor of Paraíba, in the 2014 elections The work is divided into three parts . The first two chapters, both of theoretical nature, underlie the discussion about the use of the Internet as a campaign space and political marketing campaign as well as the different communication strategies and electoral marketing already presented in the literature. Following, is dedicated to a topic for the presentation of the methodology and subsequently makes the discussion of empirical data analysis. Finally, we present the conclusions. The analysis takes as its starting point the models Figueiredo et al. (1998) and Albuquerque (1999) to observe the traditional strategies and suggests the inclusion of typically recorded on the Internet strategies. The methodology used for the analysis was the qualitative and quantitative content from variables that we list different campaign strategies. In order to achieve the purpose of this research, we conducted a case study as an analytical object online campaign Cássio Cunha Lima. The case study took place from the construction of a candidate's biographical and political profile, presented and discussed in the text. This research also made use of virtual ethnography. Therefore, were monitored social media facebook and twitter that political, with the help of image capture program - Greenshot by creating pre-defined categories of analysis, for example, calendar, prestige and support, negative campaign , engagement, among others. The period chosen for monitoring the candidate's official profiles was from 24 August to 28 October 2014, because it holds the pre, during and post-election where there was greater candidate drive level and his team marketing in social media selected for analysis. The results indicate that mobilization strategy (online and offline), merged with the promotion schedule, it is predominant in the social media Cassio. They also indicate that they do not show the failure of the campaign of the candidate in 2014.

Keywords: Media Studies. Political marketing. Social media. Strategies. Elections. Social Practices.

INTRODUÇÃO

Este trabalho se propõe a analisar e compreender o processo e as práticas das estratégias de marketing político aplicadas às mídias sociais Facebook e Twitter de um candidato a governador da Paraíba nas eleições de 2014. Na Paraíba, em 2014, seis candidatos pleitearam o cargo de governador. São eles: o atual governador da Paraíba, Ricardo Coutinho (PSB); o senador Cássio Cunha Lima (PSDB); o também senador, Vital do Rêgo (PMDB); além do deputado federal, Major Fábio (PROS); do assistente social, Tércio Teixeira (PSOL) e do professor de história, Antonio Radical (PSTU). Para que se atingisse o propósito desta pesquisa, foi realizado um estudo de caso tendo como objeto de análise a campanha online do candidato a governador da Paraíba, Cássio Cunha Lima – PSDB, em 2014.

As mídias sociais em campanhas políticas já vinham sendo utilizadas por militantes, mas foram adotadas como canal de divulgação e promoção de campanhas políticas pelos candidatos e suas equipes de marketing, pela primeira vez, nas campanhas para presidente dos Estados Unidos em 2008. O atual presidente Barack Obama, contratou uma equipe em especial para o desenvolvimento da sua estratégia online, fazendo com que a sua campanha utilizasse a tecnologia para ligar o candidato aos eleitores de uma forma melhor, mais rápida e mais barata do que qualquer outra utilizada anteriormente. Desta forma, as mensagens deixadas pelos eleitores em suas páginas pessoais eram respondidas quase imediatamente, enquanto através da imprensa e da televisão, era passada a imagem de um presidente moderno, adepto das novas tecnologias e sempre atento aos seus eleitores.

No Brasil, a utilização das mídias sociais nas campanhas políticas se deu, pela primeira vez, nas eleições de 2010 para presidente, senadores, governadores e deputados federais e estaduais. Os candidatos, assim como Obama, foram em busca do apoio de uma equipe especial, envolvendo agências de comunicação para a escolha de estratégias de marketing político e eleitoral, com a finalidade de otimizar a imagem do candidato e aproximá-lo dos diversos tipos de eleitores. Como esperado, todas as ferramentas de divulgação disponíveis vêm sendo utilizadas nesse processo, porém, a partir de 2010, os sites na internet e as mídias sociais são incluídos nessa lista de ferramentas de divulgação, após a liberação do uso da rede como meio para campanha eleitoral.

A liberação do uso da rede nas campanhas políticas foi dada pela Justiça Eleitoral brasileira e consta na Lei nº 12.034, de 29 de setembro de 2009, que altera três leis, dentre

elas a nº 9.504 – de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições. De acordo com o Art. 4º, esta lei passa a vigorar acrescida de diversos artigos, dentre eles o Art. 57-B¹, que estabelece as formas em que a propaganda eleitoral poderá ser realizada na internet.

Por exigir mais engajamento, formação e capacitação dos candidatos e de suas equipes para entender a funcionalidade e o potencial das mídias sociais, as campanhas eleitorais no ciberespaço e seu uso na esfera política causaram, inicialmente, um estranhamento, pois, os candidatos acreditavam que seria fácil conseguir ser seguido por centenas ou milhares de pessoas. Além dos candidatos e de suas equipes, os eleitores também necessitavam de tempo para se adaptar às novas práticas de comunicação oriundas desses ambientes digitais, para conhecer as funcionalidades dessas redes e para se familiarizar com o novo contexto e linguagem.

Existem diversos estudos que defendem que praticar marketing para fins políticos é diferente de praticar o marketing para bens e serviços. Sob a ótica do marketing, porém, o político, seja na fase eleitoral ou na fase pós-eleitoral, é um produto, como qualquer outro. Afinal, como enfatiza Kotler (1996), um produto, do ponto de vista do marketing, é qualquer coisa que possa satisfazer uma necessidade. Tudo que pode ser oferecido a um mercado para aquisição ou consumo é considerado um produto. Um político, portanto, que se oferece aos eleitores como uma esperança para atendê-los em seus anseios e expectativas é um produto, que tem um “preço” e pode ser “comercializado”, da mesma forma como se pode comercializar um automóvel ou um sabonete. A única particularidade de um político é que ele, como ser humano, está sujeito a arroubos de emoção, gesticula e fala. Principalmente, fala. Essa característica tão marcante faz do político um produto relativamente mais difícil de gerenciar.

Durante todo o período de campanha tem-se que administrar esse “produto” com cuidado redobrado, pois o candidato deve conscientizar-se de que é o elo entre as causas públicas e o eleitor. É a face humana dos partidos, das ideologias, das ideias, das

¹ Art. 57-B. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas:

I - em sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País;

II - em sítio do partido ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País;

III - por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação;

IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e assemelhados, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural.

(BRASIL. Lei nº 12.034, de 29 de setembro de 2009.)

estratégias eleitorais e da estética política. Configura-se, portanto, como o somatório de todos esses fatores, razão pela qual nenhuma campanha pode desconsiderar o conteúdo do candidato.

Dantas (2010) cita Jacques Séquéla, publicitário de François Mitterrand, que apresenta três características de um líder vitorioso: “todo candidato deve ter um sonho, uma luta e um gesto”. Ainda de acordo com Dantas (2010), o que costuma acontecer, porém, é que esse sonho só parece existir na fase eleitoral, que a luta esmorece já nos primeiros momentos posteriores à eleição e que os gestos, tão ensaiados durante as campanhas, tornam-se pantomimas quando os candidatos se elegem.

Os eleitores, que colocaram o candidato no cargo público a que aspirava, são como acionistas de uma empresa: acreditam nele e esperam dele uma resposta que vá ao encontro de suas expectativas. Frustrar os eleitores pode ser o fim de uma carreira política, ainda que, segundo Dantas (2010) “sejamos uma nação de ‘memória curta’”.

Sendo assim, podemos pensar um pouco acerca do marketing político, pois, diferentemente do marketing empresarial, onde o cliente possui garantias de satisfação, asseguradas com a livre concorrência e o Código de Defesa do Consumidor (CDC), o marketing político não possui garantias de satisfação, não há a possibilidade de troca ou devolução, pois não existe um Código de Defesa do Eleitor (CDE). Além disso, o eleitor não tem a opção de votar ou não, como o cliente tem de comprar ou não um produto, o voto, no Brasil, é obrigatório. De certa forma, o eleitor que tem acesso apenas à TV aberta, no período das eleições fica sem opção de programação, já que o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral – HGPE - é obrigatório e veiculado em todos os canais simultaneamente. Com todos esses fatores que podem dificultar a campanha, o político tem a obrigação, ou aparenta ter, de ser verdadeiramente representante dos votos recebidos e de dar respostas, no mínimo, satisfatórias aos seus eleitores, que estão cada vez mais informados por meio do campo midiático, através das instituições midiáticas.

O campo midiático, na opinião de Gomes (2013, p.2), nada mais é que “o ambiente de televisibilidade simultânea, que funciona segundo suas próprias regras e subverte a lógica de premiação de outros campos”. Esse campo interfere diretamente nas decisões de escolha dos eleitores. Porém, Miguel (2002, p.52) cita Carlos Eduardo Lins da Silva (1993, p. 142 e 144) quando afirma que “embora a mídia tenha importância, ‘o fator decisivo nas eleições é a identificação entre votante e candidato’”. Além disso, Zuccolotto et. al. afirmam que

[...] o Marketing Político é de fundamental importância em um processo político-eleitoral, pois através da aplicabilidade de suas técnicas, os eleitores são identificados, bombardeados e facilmente persuadidos. Um candidato é visto como um novo produto procurando um novo lançamento bem sucedido no mercado de eleitores (ZUCCOLOTTO, SILVA E GARCIA, 2004, p. 7).

Atualmente, toda e qualquer campanha política deve ser multidisciplinar, ou seja, tem necessidade de participação de vários profissionais. Não há mais espaço para as chamadas campanhas de improviso, feitas na base da intuição e de acordos políticos. Os campos da política e da comunicação se interpenetram numa relação recíproca, mas ambos preservam suas especificidades; nem a política se dilui frente ao efeito da mídia, nem a mídia é um mero instrumento da política ou alienação social.

E não se trata apenas do discurso político, mas a política entendida como prática social passou a se orientar parcialmente pela lógica da visibilidade midiática e de seu capital simbólico. Silva (2002) faz uma comparação interessante para o entendimento da comunicação no marketing político:

Em marketing político, a comunicação é como uma droga. Em doses adequadas é medicamento, em doses elevadas é veneno fatal. É necessário comunicar, mas pior do que não fazer publicidade é fazê-la em demasia. Tomar a palavra a todo momento banaliza a imagem do político. É preciso saber o momento certo e falar com muita moderação. O segredo da boa comunicação está nos detalhes que empregamos a ela e na moderação que aplicamos em nós mesmos (SILVA, 2002, p. 32).

De acordo com os pensamentos de Hjarvard (2012) que o marketing político é algo que está diretamente relacionado com a formação de uma imagem a longo prazo, seja ela de uma pessoa qualquer ou de um político. Pode-se dizer, no entanto, que os campos da comunicação e da política estão em convergência, que sua intercessão está aumentando e que as áreas em que os campos mantêm sua própria lógica tendem a diminuir. Parafrazeando Gomes (2013), podemos dizer que a situação se tornou ainda mais complexa com o surgimento da internet. Segundo ele, além da “implosão da esfera pública”, outro resultado da convergência entre os campos da comunicação e da política é que a própria mídia entrou em um processo de convergência interna.

Como já dito inicialmente, este estudo pretende analisar e compreender o processo e as práticas das estratégias de marketing político aplicadas às mídias sociais Facebook e Twitter. Nesse sentido, o propósito é verificar de que forma as estratégias de marketing político são utilizadas nas mídias sociais de Cássio Cunha Lima e se essas estratégias evidenciam, pela primeira vez em sua história política, o fracasso da campanha deste candidato, que o levou à derrota na eleição para governador da Paraíba em 2014.

Face ao exposto, esta pesquisa pretende responder à seguinte questão: De que modo as estratégias de marketing político do candidato ao governo da Paraíba, Cássio

Cunha Lima (PSDB), se apropriam das mídias sociais facebook e twitter, entre os meses de agosto e outubro de 2014, para aproximar este político de seus eleitores? Esta será a questão norteadora para a compreensão de como ocorre o processo do uso das estratégias de marketing político e eleitoral em uma campanha política.

A primeira hipótese desta pesquisa é a de que o candidato utiliza as mídias sociais para mobilizar o eleitor, reenergizando as bases da organização política e estimulando o engajamento, seja ele off-line (em outras esferas da campanha) ou online (especificamente por meio da internet) como apontam Williams e Gulati (2013) e Bor (2013). Como segunda hipótese temos que as mídias sociais têm o papel, também, de disseminar informação sobre a campanha (Bor, 2013). Por fim, a nossa terceira hipótese é a de que as estratégias de marketing político e eleitoral do Cássio Cunha Lima aplicadas às mídias sociais facebook e twitter deste candidato não evidenciam e nem contribuem para o fracasso de sua campanha, pois essas mídias sociais, geralmente, são acessadas por pessoas que já têm uma opinião definida a respeito do candidato, seja ela positiva ou negativa.

No Brasil, as mídias sociais foram utilizadas em campanhas políticas pela terceira vez em 2014, nas eleições para presidente, senador, governador e deputados federal e estadual, e ganharam mais força. Na Paraíba, seis candidatos disputaram os cargos ao Governo. Esta pesquisa investigará as mídias sociais facebook e twitter de um dos candidatos ao governo da Paraíba, Cássio Cunha Lima - PSDB.

Parte significativa da produção da literatura brasileira envolvendo campanha e novas mídias se divide em dois grandes grupos: 1) aquele que centram os estudos no conteúdo gerado na rede; e 2) o que reúne os pesquisadores que têm por objetivo investigar o papel da internet como ferramenta de debate/participação. A presente pesquisa se encaixa na primeira abordagem, e se justifica por fornecer dados empíricos acerca de como o candidato se comporta no Facebook e no Twitter durante a campanha eleitoral.

1. MARKETING POLÍTICO ELEITORAL: DEBATENDO CONCEITOS E ESTRATÉGIAS

1.1. A Opinião Pública na Política

Com a participação da sociedade nos assuntos políticos após as revoluções liberais do século XVIII, a opinião pública tornou-se uma instância de vital importância para as democracias modernas. Desde então a OP tem assumido o papel de intermediadora da relação entre Estado e sociedade e, além disso, atua como fonte de legitimação política. A história nos mostra que a grande luta de diversos governos tem se traduzido na aceitação pela OP.

Enquanto regime político sustentado pelo consentimento, a democracia requer que as decisões públicas sejam constantemente justificadas pelo governo a fim de que recebam a aprovação da sociedade para que possam ser implantadas na prática. Esse movimento contínuo transforma a esfera pública em local privilegiado de negociação. (NOVELLI, 2009, p.72)

Para esta fase de evolução do conceito de opinião, se destacam alguns autores como Hobbes que afirma que a opinião enquanto suposição da verdade pode ser comparada à consciência individual; ou Locke, que também não confere à opinião o estatuto de verdade, pois este é exclusivo da ciência já que só ela é capaz de provar de maneira irrefutável suas proposições; Locke ainda diz que a retidão das ações dos homens pode ser julgada a partir de três leis: lei divina, lei civil e lei da opinião, sendo esta última a mais temida. Rousseau é primeiro filósofo a utilizar a expressão “opinião pública” e, em suas primeiras reflexões ele ainda utiliza a expressão no sentido atribuído por Locke de lei da opinião. A OP só assume uma configuração mais próxima do que se entende hoje, a partir do pensamento de Edmund Burke.

Entre os pensadores franceses, a expressão passa a adquirir nova configuração no momento em que é imputada ao público esclarecido, ou seja, a opinião pública é fruto de uma discussão crítica e racional na esfera pública, superando-se a antítese tradicional entre crítica e opinião. [...] A partir do momento em que a sociedade toma consciência de sua moralidade e passa a ocupar um espaço público, rapidamente transformado em espaço político, as ações políticas começam a ser julgadas pelo tribunal da moral, chamado de opinião pública, que age em nome da razão e da crítica. (NOVELLI, 2009, p. 75)

A partir da segunda metade do século XVIII, a burguesia liberal expande seu domínio até tornar insustentável a postura do Estado absolutista. Antes de tudo a OP é a opinião dos parlamentares que tornam públicas suas opiniões a respeito das questões do

reino, porém esta opinião é contra a política do rei e deve ser vista como a luta parlamentar pela transparência nos negócios da Coroa que devem se tornar públicos.

Esse tipo de opinião pública é um pouco mais ampliado do que aquela primeira noção. Ela não se restringe às pessoas letradas que usam a razão para formar sua opinião. Ela agora é uma espécie de tribunal para as vítimas de injustiça e arbítrio. Essa opinião não é o resultado estatístico da soma das opiniões de um grande número de pessoas: a opinião popular ainda é mantida à margem da política e é totalmente ignorada. Somente a opinião das elites esclarecidas pode ser decretada, se não infalível, pelo menos universal e impessoal, pois é fundada na razão. (NOVELLI, 2009, p. 76)

Ao final do século XVIII, no período revolucionário, as elites intelectuais e burguesas utilizaram a OP como uma espécie de máquina de guerra ideológica para legitimar suas reivindicações no domínio político do absolutismo real, tendo como peça fundamental para a consolidação dessa nova postura da OP o surgimento da esfera pública e o desenvolvimento da imprensa.

A publicação escrita passa a ser considerada como meio necessário para a formação de uma opinião pública verdadeira, que transcende assim as opiniões individuais e particulares. Dessa forma, a opinião pública passa a ser a confrontação pública das opiniões dos mais sábios e dos mais competentes. Para tanto, a opinião pública necessita de uma imprensa livre e desvinculada do poder público, cujo objetivo é tornar transparente a administração pública, implicando necessariamente no acesso do povo a todas as informações que dizem respeito ao funcionamento dos poderes públicos. (NOVELLI, 2009, p. 77)

Neste sentido, a Revolução Francesa foi a primeira grande manifestação do público que participava dos assuntos políticos e tinham as opiniões formadas por meio de jornais e de encontros em cafés e clubes. A queda do absolutismo fez com que a OP se tornasse agora legítima na própria essência do novo poder baseado na soberania popular. Para Habermas

o Estado moderno pressupõe como princípio de sua própria verdade a soberania popular, e esta, por sua vez, deve ser a opinião pública. Sem esse adicional, sem a substituição da opinião pública como origem de toda autoridade das decisões obrigatórias para a totalidade, falta à democracia moderna a substância de sua própria verdade. (HABERMAS, 1984, p.276)

A legitimidade ligada à OP é mais sutil que a ligada ao princípio de autoridade imposta, pois é aquela que os próprios indivíduos reconhecem, já que seu apelo é racional e persuasivo.

Com o intuito de restringir o número de participantes no jogo político, a Revolução Francesa instaurou um regime representativo, onde a vontade do povo não poderia ser uma vontade racional, pois o povo ainda sofria de forte influência do pensamento religioso (oposto ao pensamento racional). Sendo assim, em grande parte do século XIX, a OP foi monopolizada por uma elite eleita entre seus pares. O monopólio se constituiu num duplo processo de formação no campo político, onde, de um lado, só quem votava eram os cidadãos capazes de formular uma “verdadeira” opinião e, do outro, os eleitos (representantes esclarecidos) não tinham, necessariamente, obrigação de desempenhar a vontade popular.

A formação da opinião pública, de acordo com esta compreensão, pressupõe uma discussão prévia (“questão colocada em deliberação”) em uma “assembleia” cujos membros votarão publicamente e, por consequência, assumirão, diante de todo o mundo, sua opinião (“sufrágio”), a fim de alcançarem a “maioria”. (CHAMPAGNE, 1998, p. 53)

A opinião pública estava diretamente vinculada ao livre fluxo das informações, porém, na França, os jacobinos promoveram uma grande campanha de censura à imprensa, impedindo o fluxo natural de opiniões. Habermas (1984) criticou violentamente essas filtragens decorrentes do desenvolvimento do conceito. Segundo Novelli (2009, p. 78) “seu argumento principal refere-se à ausência real de uma publicidade autêntica dos assuntos públicos para que as pessoas possam formar uma opinião independente e não manipulada”.

Atualmente, a democracia estimula a existência de uma esfera pública conduzida pelos grandes veículos de comunicação para que estes possam explicitar sua visão de mundo. É nesse ambiente que lutas de poder são criadas, sempre amparadas e legitimadas pela expressão concreta da OP obtida por meio de pesquisas.

A existência social de uma esfera pública para a apresentação, discussão e resolução das questões de interesse público, bem como a elaboração de uma vontade coletiva expressa por meio da opinião pública, é elemento imprescindível para a lógica democrática contemporânea. Se as disputas políticas acontecem no terreno simbólico do convencimento e a vitória se dá em termos de obtenção do consentimento, é a esfera pública o *locus* natural do jogo político. (NOVELLI, 2009, p. 83)

Podemos observar que esses aspectos revelam a prática atual do exercício do poder. Com suas estruturas comprometidas em absoluto, os conceitos de esfera pública, em conjunto com a atuação dos meios de comunicação de massa e de OP e materializados

pelos resultados das pesquisas de opinião, têm colaborado para a regulação das sociedades atuais, representando um novo modo específico de atuação dos governos.

A comunicação pública seja ela como a praticada pelo governo para dar satisfações à sociedade ou em âmbito de esfera pública, se destaca, segundo Novelli (2009, p. 72), como “elemento fundamental na formação e consolidação da opinião pública sobre assuntos públicos, uma vez que se insere como uma das principais fontes de informação no jogo político que vai se estabelecer na esfera pública”.

A OP, tal como em seu conceito mais atual, está associada ao desenvolvimento de um regime político democrático que, para se tornar legítimo, busca o apoio e o consentimento da sociedade. E é em busca desse consentimento e apoio que o marketing tem sido integrado às campanhas políticas, pois, é a partir dele que, na grande maioria dos casos, o eleitor é persuadido e convencido a acreditar que determinado candidato atende as necessidades da população da sua cidade, estado ou país.

1.2. Marketing

Antes dos primeiros fundamentos do marketing se estabelecerem, a preocupação, por parte de quem oferece o serviço, era destinada à logística e à produtividade, com o objetivo único de aumentar a lucratividade. O consumidor, por sua vez, não tinha o poder de negociar, e promoções eram incomuns, devido à quase total inexistência da concorrência.

Na década de 1940, raro era o aprofundamento nessa área, apesar de já existirem trabalhos sobre aplicação de psicologia na propaganda e sobre as leis de gravitação no varejo. Nas empresas, o marketing ainda tinha pouca importância. Começou a tornar-se mais importante após a Segunda Guerra Mundial (SGM), pois as novas tecnologias permitiram a produção em escala industrial de um grande número de bens de consumo. Segundo Caetano, Gravelho e Simões (2012), até o fim da SGM, os empresários e investidores começaram a teorizar sobre como atrair e lidar com seus consumidores quando confrontados com o crescimento da concorrência. Nesta época surge a *cultura de vender a qualquer preço*.

Peter Taylor Barnum² foi um ícone deste período, cheio de truques que faziam da arte de vender quase num espetáculo digno de charlatão e que faz com que até hoje os profissionais do mercado sejam vistos com desconfiança. As técnicas usadas por ele eram efetivamente amadoras, baseadas mais na intuição do que no conhecimento teórico/prático da <<arte de vender>>. As técnicas

² Peter Taylor Barnum, autor de *The art of money getting*, é considerado pai da indústria cultural que não é nem indústria e muito menos cultural. Ele foi um genial homem de negócios, avô do marketing, o pai do espetáculo moderno.

ingênuas estavam misturadas com ferramentas eficientes. (CAETANO, GRAVELHO E SIMÕES, 2012, p. 16)

O estudo do marketing deu um grande passo, em 1954, e começou a ser colocado como uma poderosa força a ser considerada pelos administradores. Peter Drucker, nesse mesmo ano, lançou o livro *A prática da Administração*, que foi responsável pelo início da difusão desse estudo, ainda que implicitamente, pois, apesar de não ser um estudo detalhado sobre o marketing, o livro foi o primeiro registro escrito que cita essa ferramenta.

Em meados de 1960, Theodore Levitt foi responsável pela primeira mudança nesse cenário. Ele desenvolveu um artigo intitulado *Miopia do Marketing*³, onde, de acordo com Caetano, Gravelho e Simões (2012) revelava uma série de erros de percepção, mostrando como era importante, para o mundo dos negócios, a satisfação do cliente, transformando-o para sempre. Theodore foi considerado a partir de então, o “pai” do marketing, e o “vender a qualquer custo” deu lugar à “satisfação garantida”.

O mundo do marketing começou a borbulhar, escreveram-se artigos científicos, fizeram-se pesquisas, traçaram-se dados estatisticamente relevantes. Criaram-se estratégias mais eficientes e surgiu a necessidade de se efetuarem estudos de mercado. (CAETANO, GRAVELHO E SIMÕES, 2012, p.17)

Philip Kotler, em 1967, lança a primeira edição de seu livro *Administração de marketing*, onde, segundo Caetano, Gravelho e Simões (2012), reuniu, analisou e testou a consolidação da base daquilo que até hoje forma o cânone do marketing.

Os departamentos e diretorias de marketing, nas grandes empresas, começaram a surgir nos anos de 1970. Caetano, Gravelho e Simões (2012) diz que “não se tratava somente de uma boa ideia, mas de uma necessidade de sobrevivência”. Nesta época aconteceu a multiplicação de shoppings centers, *franchises* e supermercados. Esse setor começou a ser mais valorizado, tornando-se comum não só no meio empresarial, mas também em outras áreas da atividade humana, como a política. Em alguns países, os partidos políticos passaram a valer-se das estratégias de marketing adaptando-as às suas realidades e necessidades.

No ano de 1982, Tom Peters e Bob Waterman inauguram a era dos gurus do marketing ao lançarem o livro *Em busca da excelência*⁴, onde destacam o cliente como elemento principal na ação comercial. A era dos gurus levou o marketing às massas, a

³ Artigo Publicado na revista Havard Business Review.

⁴ Livro de marketing mais vendido de todos os tempos.

todo tipo de profissionais e, portanto, às pequenas e médias empresas. Ainda nesta época, surgiram diversos autores que logo caíram no anonimato. Alguns exemplos desses autores são Al Ries⁵ e Jay Conrad⁶ que ganharam reconhecimento no mundo dos negócios e reputação pelas suas ideias e abordagens originais.

É a partir da década de 1990 que os avanços tecnológicos impactam o mundo do marketing. O comércio eletrônico revolucionou a logística, distribuição, e formas de pagamento. Outras inovações surgiram, como: o Customer Relationship Management (CRM) e os serviços de atendimento ao consumidor, que tornaram possível uma gestão de relacionamento com o cliente em larga escala. A internet chegou como uma nova via de comunicação, e o marketing social surgiu, criando uma exigência de mercado de haver uma preocupação com o bem-estar da população. De acordo com Caetano, Gravelho e Simões (2012), é a época do marketing direto e do marketing *one to one*, ou seja, uma época que se caracterizou por uma constante busca pela personalização em massa. Para eles “a satisfação do consumidor e a opinião pública passaram a estar diretamente ligadas à participação das organizações em causas sociais, e a responsabilidade social transformou-se numa vantagem competitiva”. (2012, p. 18)

Com o início do novo milênio, a segmentação da televisão a cabo, o aparecimento da televisão digital, a popularização da 3ª geração da telefonia móvel, e a democratização dos meios de comunicação, revolucionaram a logística e a oferta de produtos, e, foi então que, após cerca de 50 anos, o consumidor teve direito ao poder de barganha. A assessoria de imprensa deu início à mídia espontânea, que, juntamente com relações públicas e o marketing social, começaram a tomar o lugar da propaganda tradicional. A World Wide Web (www) já havia amadurecido o suficiente, surgindo assim, no início dessa década, inúmeras pesquisas e publicações sobre comércio eletrônico e webmarketing. Além disso, o cliente deixava de ser um mero comprador exposto às técnicas de vendas e passa a ter poder de informação. Esse poder de informação dado ao cliente influenciou a maneira com a qual os consumidores interagem com as empresas e entre si. Os primeiros reflexos disso foram o nascimento do marketing de permissão, de Seth Godin⁷. A partir de então, são os clientes que concedem permissão para que lhes seja dirigido um marketing contextualizado. A atenção do consumidor, considerado por Caetano, Gravelho e

⁵ Definiu o conceito de posicionamento.

⁶ Criou o conceito de marketing de guerrilha.

⁷ Seth Godin fundou e foi CEO de uma das primeiras companhias de marketing online, a Yoyodyne, que mais tarde vendeu ao Yahoo!. Em 1998, como parte da venda, Godin tornou-se Vice-Presidente de Marketing de Permissão do Yahoo!

Simões (2012) como um bem escasso e tão desejado pelos profissionais da comunicação e publicidade é, nesse mercado cada vez mais congestionado, reconhecida.

Os primeiros anos do século 21 trouxeram um novo comportamento de compra online e começa a surgir uma nova inter-relação entre os meios, o acesso do consumidor ao mercado e as formas de acesso entre as empresas e os consumidores.

1.2.1. O que é marketing?

O marketing evoluiu de suas antigas origens de distribuição e vendas para uma filosofia abrangente de como relacionar dinamicamente qualquer organização ao seu mercado. Kotler (1996) diz que desde o tempo da simples troca, passando pelo estágio da economia monetária, até os complexos sistemas de marketing de nossos dias, as trocas têm se realizado; porém o marketing – o estudo dos processos e relações de troca – apareceu formalmente apenas no início do século XX, em virtude de questões e problemas que foram negligenciados por sua ciência-mãe, a Economia.

A primeira definição de marketing foi dada, em 1960, pela American Marketing Association (AMA), onde diz como sendo marketing “o desempenho das atividades de negócios que dirigem o fluxo de bens e serviços do produtor ao consumidor ou utilizador”. De acordo com esta definição entende-se que marketing consiste no planejamento das quatro variáveis (produto, preço, praça e promoção – 4Ps) do composto mercadológico.

Já em 1965, a Ohio State University (OSU) definiu marketing como “o processo na sociedade pelo qual a estrutura da demanda para bens econômicos e serviços é antecipada ou abrangida e satisfeita através da concepção, promoção, troca e distribuição física de bens e serviços”. Cobra (1986) define o surgimento do termo “marketing” como uma expressão anglo-saxônica que deriva da palavra *mercari* do latim, que significa comércio ou ato de mercar, comercializar ou transacionar. O berço do marketing para Raimar Richers (1989), se encontra indiscutivelmente nos Estados Unidos. Segundo ele, a difusão do marketing pelo mundo foi relativamente lenta, sendo que, mesmo na Europa, o marketing só começou a ser aceito após a SGM.

Diversas definições de marketing apareceram através dos tempos. Todas essas definições nos fornecem perspectivas úteis, porém apenas parciais da natureza do marketing. Kotler (1996), sugere uma definição de marketing enraizada na lógica da natureza e do comportamento humanos, para ele “marketing é a atividade humana dirigida para a satisfação das necessidades e desejos, através dos processos de troca”.

Segundo Peter Drucker (1970), marketing é tão básico que não pode ser considerado uma função separada. É o negócio total visto do ponto de vista de seu resultado final, isto é, do ponto de vista do consumidor. O sucesso empresarial não é determinado pelo fabricante, mas pelo consumidor.

A definição de marketing varia desde a visão de Peter Drucker do marketing como um processo social, passando pelo conceito de Levitt, associado especificamente ao processo de troca, até a definição de Kotler, que vê o marketing como um instrumento gerencial.

O marketing parte da ideia de que a demanda e a oferta são heterogêneas, isto é, de que a demanda provém de um conjunto de consumidores cujas preferências são distintas entre si, e de que a oferta é composta por um conjunto de fabricantes cujos produtos apresentam certo grau de dissimilaridade. De acordo com Rocha (1987), o marketing procura obter o melhor acoplamento possível entre segmentos da oferta e da demanda. Como o mercado é dinâmico, tal ajuste deve-se realizar de forma permanente, já que toda a empresa está permanentemente ameaçada de perder sua posição por:

- ✓ Mudança no ambiente;
- ✓ Mudança no comportamento dos consumidores;
- ✓ Mudança na ação dos concorrentes;

Existem apenas duas formas pelas quais o marketing ajuda a produzir o ajustamento entre oferta e demanda:

- ✓ Oferecendo maior satisfação ao consumidor (diferenciação da oferta feita pela empresa com relação à dos concorrentes);
- ✓ Oferecendo a mesma satisfação por menor preço (concorrência de preços);

Qualquer que seja a forma utilizada, cada organização busca o segmento da demanda que está mais bem aparelhada a atender. Para isso, precisa desfrutar de alguma vantagem competitiva diferencial. Existem várias bases para obtenção de uma vantagem competitiva:

- ✓ Base tecnológica: produto, processo;
- ✓ Base legal: marcas registradas, patentes, proteção do governo;
- ✓ Base geográfica: localização;

Essas bases para a vantagem competitiva permitirão à empresa concorrer através de diferenciação ou de preços. De qualquer modo, é no equilíbrio entre preço e satisfação para o consumidor que se processa o ajustamento entre oferta e demanda no mercado.

As dúvidas em relação ao fato de que o marketing cria demanda ou apenas estimula a demanda de produtos já existentes é uma constante desde o surgimento do termo. As pessoas têm preferências notáveis por tipos específicos de bens e serviços básicos. E a existência de necessidades e desejos humanos leva-nos ao conceito de produto que, segundo Kotler (1996), diz que “um produto é tudo aquilo capaz de satisfazer a um desejo”. O conceito de produto não deve ser limitado a objetos físicos, pois o ponto mais importante de um produto é o serviço que ele presta. Na realidade, um produto é apenas um instrumento para resolver um problema. Qualquer coisa capaz de satisfazer uma necessidade, prestar um serviço, pode ser chamada de produto. Incluindo pessoas, lugares, organizações e ideias. Pode-se substituir a expressão produto por recurso ou oferta, pois todos estes termos descrevem algo de valor para alguém.

O conceito de produto é importante, porém não é suficiente para definir marketing. Para Kotler (1996), marketing existe quando o homem decide satisfazer a suas necessidades e desejos de uma maneira que ele chama de troca. Ainda de acordo com Kotler, a troca é uma das quatro alternativas de que o homem dispõe para obter um produto, capaz de satisfazer a uma necessidade específica.

- ✓ 1ª - **Autoprodução** – Um homem faminto pode matar sua fome através de seus próprios esforços em caçar, pescar ou colher frutas. Ele não precisa interagir com ninguém. Neste caso, não há mercado nem marketing;
- ✓ 2ª - **Coerção** – O homem faminto pode arrancar pela força a comida de outra pessoa ou mesmo roubá-la. Ele não lhe oferece nenhum benefício a não ser a possibilidade de não maltratá-la;
- ✓ 3ª - **Súplica** – Um homem faminto pode aproximar-se de alguém e implorar comida, como um gesto de caridade. Ele não tem nada tangível a oferecer, senão sua gratidão;
- ✓ 4ª - **Troca** – O homem faminto pode aproximar-se de alguém que tenha comida e oferecer algum recurso em troca da comida, como dinheiro, algum bem ou serviço de valor;

De acordo com Kotler (1996), o marketing preocupa-se com a última abordagem, a da troca, para a aquisição de produtos que satisfaçam às necessidades e desejos humanos. A troca exige as seguintes condições:

- ✓ Existem duas partes;
- ✓ Cada parte tem algo que pode ter valor para a outra;
- ✓ Cada parte é capaz de se comunicar e de fazer a entrega;

- ✓ Cada parte é livre para aceitar ou rejeitar a oferta;

Se essas condições existem, então há potencial para troca, pois ela é descrita como um processo de criação de valor, isto é, um ato livre que normalmente aumenta o valor percebido pelas duas partes. Para Kotler (1996) “um mercado é uma arena para trocas potenciais”. O tamanho do mercado depende do número de pessoas que possuem tanto um interesse no objeto, como uma disposição para oferecer os recursos exigidos, além disso ele irá variar de acordo com o preço. Quanto menor o preço, maior o mercado, pois mais pessoas poderão comprar. Onde quer que exista um potencial para o comércio, existe um mercado. O conceito de mercado também cobre as trocas de recursos que não envolvem necessariamente dinheiro. O candidato político faz promessas de um bom governo para um mercado de eleitores, em troca de seus votos.

No fundo, o conceito de mercado nos traz o conceito de marketing de forma global, tendo em vista que marketing significa trabalhar com mercados, os quais, por sua vez, significam a tentativa de realizar as trocas em potencial com o objetivo de satisfazer às necessidades e aos desejos humanos.

Analisando as propostas de Kotler em que marketing é uma atividade humana voltada para a satisfação das necessidades e desejos através dos processos de troca, vê-se que, apesar das condições para sobrevivência serem tão básicas, as necessidades do homem, assim como sua evolução, são uma constante, e o marketing apenas se encarrega de satisfazê-las.

O ponto de partida para o estudo do marketing reside nas necessidades e desejos humanos, portanto é importante distinguir entre necessidades, desejos e demandas.

- ✓ Necessidade é um estado de privação de alguma satisfação básica. As necessidades não são criadas pela sociedade; elas existem e são inerentes à condição humana;
- ✓ Desejo é uma carência por satisfações específicas para atender às necessidades. Embora as necessidades das pessoas sejam poucas, seus desejos são muitos. Os desejos humanos são continuamente modelados e remodelados;
- ✓ Demanda é o desejo por produtos específicos, respaldado pela habilidade e disposição de comprá-los. Desejos se tornam demandas quando apoiados pelo poder de compra;

Os profissionais de marketing não criam necessidades, elas já existiam antes deles. Eles somente influenciam a demanda ao oferecer o produto apropriado, acessível, atraente

e facilmente disponível aos consumidores. De acordo com Abraham Maslow, as necessidades humanas são dispostas em uma hierarquia, da mais à menos urgente. Elas são:

- ✓ Fisiológicas;
- ✓ De segurança;
- ✓ Sociais;
- ✓ De auto-estima;
- ✓ De auto-satisfação e auto-realização;

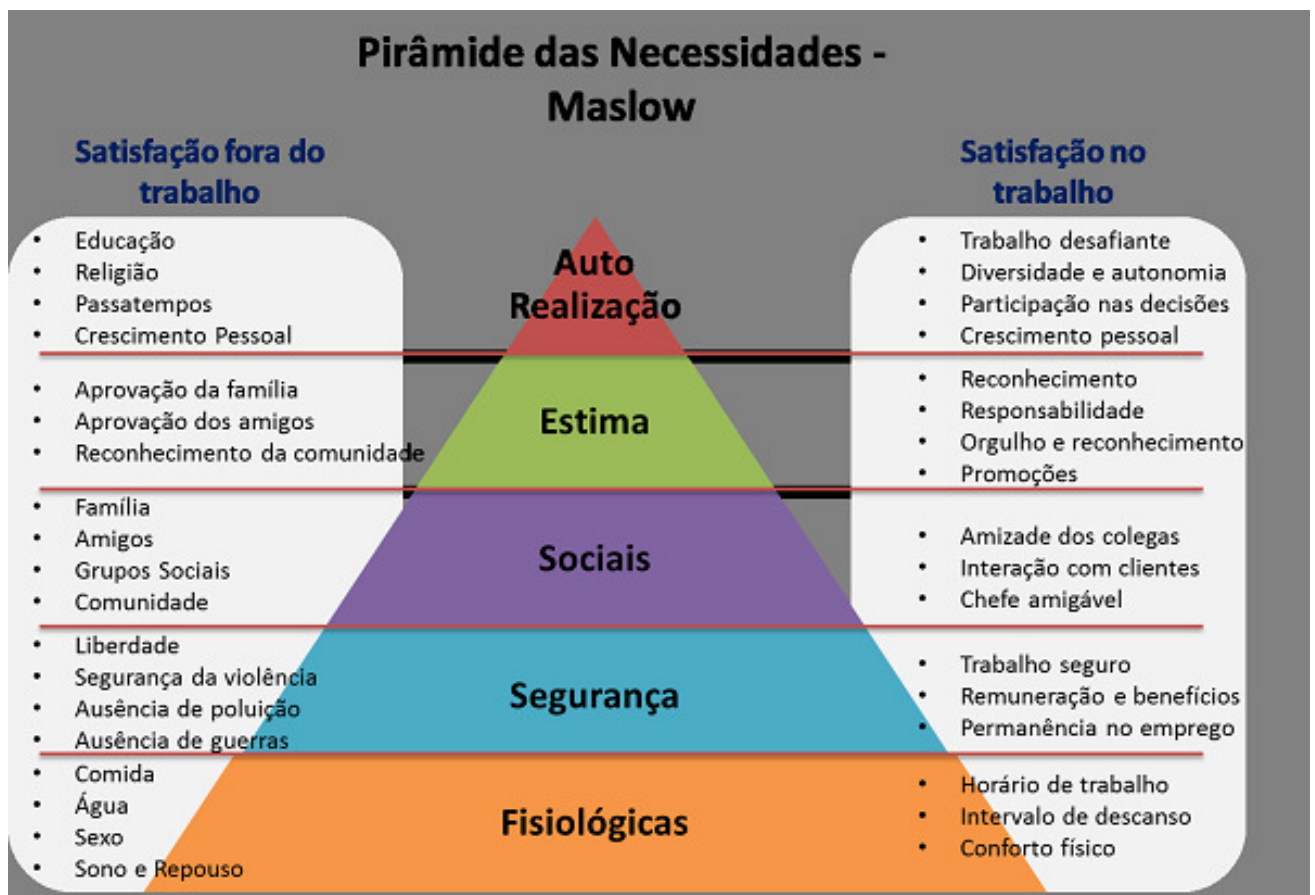


Figura 1 - Pirâmide das Necessidades proposta por Abraham Maslow

Em princípio, as pessoas buscam satisfazer suas necessidades mais importantes, e logo que as satisfazem, tentam satisfazer a próxima necessidade importante no grau de hierarquia. A partir do momento em que uma necessidade importante é atendida, busca-se imediatamente a próxima necessidade no grau de importância.

Segundo Parentoni (2007), no Brasil, o conceito de marketing, ainda hoje, está confuso, pois muitas pessoas acham que marketing significa uma forma de despertar

desejos nos consumidores, uma forma de vender produtos de qualquer maneira, mesmo que as pessoas não o queiram. Para alguns leigos é uma forma de fazer com que as pessoas comprem o que não precisam com o dinheiro que não possuem. Ainda de acordo com Parentoni (2007), marketing é “um estudo baseado em diversas ciências e, enquanto ciência, tem como objetivo conhecer, profundamente, o comportamento de pessoas e, a partir disso, tomar atitudes sobre elas, para satisfazer necessidades e desejos de cada um”.

Muito dessa distorção se deve ao fato de os conceitos de marketing terem chegado ao Brasil, quando ainda tínhamos uma economia composta por monopólios (somente um fornecedor) e oligopólios (poucos fornecedores) não competitivos, tendo o governo uma função muito mais de gestão do que de tutela da economia. Em poucos anos, o marketing despojou-se de sua antiga imagem de ser algo antiético e desnecessário e passou a ser visto como um componente essencial para a formação e manutenção de diversas atividades profissionais, tendo, inclusive, seus conceitos aplicados nos mais diversos tipos de organização.

A função do marketing é lidar com os clientes. Comunicar, entender, conhecer, satisfazer e proporcionar valor ao cliente constituem a essência da prática do marketing atual.

1.3. Marketing Político e Eleitoral

Para entendermos melhor o marketing político, temos que fazer a distinção entre dois conceitos: marketing eleitoral e marketing político propriamente dito. Elencando o conceito de marketing eleitoral dado por Dantas (2010), temos que:

[...] o marketing eleitoral, cuja preocupação é com o curto prazo, é uma das vertentes do marketing político. É o marketing político na fase pré-venda. As estratégias e táticas de marketing são trabalhadas no sentido de que um candidato possua o maior número de votos possível no momento da eleição e assuma o mandato que lhe interessa. É a aplicação das técnicas de marketing à política, na fase pré-eleitoral. As estratégias e as táticas de comunicação por ele utilizadas são montadas em um ambiente vivo, já existente, em andamento, e não em um ambiente criado. (DANTAS, 2010, p. 46)

O marketing eleitoral se aplica integralmente as eleições. É um trabalho que reúne técnicas como: realizações de pesquisas, busca de estratégia e principalmente de um bom planejamento. O Marketing eleitoral introduz uma parcela de racionalidade na administração dos processos políticos-eleitorais. Trata-se de uma técnica com possibilidades reais e com muitas limitações - ele pode uma porção de coisas e não pode outras tantas. De acordo com os pensamentos de Richers (1985), o Marketing eleitoral se aplica integralmente à eleição, a aplicação do marketing às técnicas eleitorais no período

eleitoral, a imagem que o candidato irá passar a seus eleitores para a consecução dos votos. É somente um instrumento de comunicação nas campanhas. É uma estratégia mais global, que inclui - além da comunicação - a pesquisa, o planejamento estratégico, o uso de especialistas e a articulação de um conjunto de decisões e ações necessárias para a atuação política de modo geral, além da eleitoral estrito senso.

O marketing político é algo já utilizado em várias partes do mundo, sendo, esta prática, mais consagrada nos países mais avançados e de tradição democrática. No Brasil, o marketing político, como prática profissional, chegou ao final da década de 1980, mas só conseguiu grande importância na eleição presidencial de 1989. Parafrazeando Dantas (2010), marketing político propriamente dito é algo que:

[...] está relacionado à formação da imagem do político no longo prazo. É algo mais permanente, que acontece quando o político está preocupado, por exemplo, em sintonizar sua gestão administrativa com os desejos da população. Trata-se da vertente do marketing político na fase pós venda, isto é, de aplicações de técnicas de marketing à política no período posterior à eleição (o político já eleito). É utilizado por pessoas e políticos que desejam projetar-se publicamente. (DANTAS, 2010, p. 46)

O marketing político é o conjunto de planos e ações, voltado para um político ou um partido que visa estreitar relações com o seu eleitorado buscando transparecer uma imagem positiva perante os eleitores e dar ênfase em suas ações já realizadas, em suas propostas e projetos de melhorias que buscam atender às necessidades de seu público-alvo. De acordo com Almeida (2002), marketing político é:

[...] o segmento específico dentro da comunicação mercadológica voltada para o ambiente político que visa estreitar a relação de expectativa de um determinado grupo de pessoas em relação às questões que envolvem seu cotidiano e a materialização da mesma em um candidato a um cargo público no período eleitoral através de suas propostas e projetos (ALMEIDA, 2002, p.80).

Figueiredo (2004) nos apresenta uma definição de “marketing político eleitoral”, onde mostra que o marketing eleitoral é uma forma de marketing político:

[...] o marketing político eleitoral é um conjunto de técnicas e procedimentos, que tem como objetivos adequar um candidato ao seu eleitorado potencial, procurando fazê-lo num primeiro momento, conhecido do maior número de eleitores possível e, em seguida, mostrando-o diferente de seus adversários (obviamente melhor do que eles). (FIGUEIREDO, 2004, p. 10)

Tendo em vista que, de acordo com os interesses da sociedade, a principal tarefa de um político é atender às necessidades de seus eleitores, fica claro que o marketing político é fundamental para que o candidato trilhe um caminho seguro para o sucesso, pois ele está ligado, diretamente, com a formação da imagem em longo prazo. Ideias e práticas de marketing, que eram exclusividade do marketing empresarial, passam agora a

ser utilizadas por políticos para que exista uma melhor comunicação com o público e, conseqüentemente, ampliar sua popularidade.

Da mesma forma que o marketing tradicional tem seu composto de marketing ou “4Ps”, no marketing político tem-se o composto do marketing político. Assumindo o ponto de vista de Kotler de que o produto do marketing político é o político, Dantas (2010) incorpora os 4Ps do marketing ao marketing político. Para ele:

- ✓ O **produto** é o **político** (uma pessoa, conforme o conceito de produto proposto por Kotler), que tentará expor suas ideias para satisfazer os desejos, anseios, expectativas e necessidades do eleitor;
- ✓ O **preço** é o valor percebido pelo eleitor, tornado tangível pelo **voto**. Ou seja, se o eleitor “compra” as ideias do político, paga com seu voto de confiança nesse político;
- ✓ A **promoção** é toda a **estratégia de comunicação** mercadológico-institucional de que o político se vale para dar visibilidade à sua imagem e às suas ideias;
- ✓ A **praça**, ou composto de distribuição, é **todo esforço feito pelo político para fazer-se presente** junto ao eleitorado e para levar suas ideias aos eleitores. Podemos trabalhar toda uma estratégia de canais, do mesmo modo que trabalhamos estratégias de canais para produtos físicos.

Trabalharemos o marketing político aqui de acordo com a incorporação dos 4Ps do marketing ao marketing político proposta, anteriormente, por Dantas (2010). Porém, no marketing político alguns dos P’s se iniciam por outras letras. O **produto** é o **político**; **preço** é o **voto**, ou seja, o valor que os eleitores atribuirão ao político e que os fará votar nele; a **promoção** é a **comunicação**, ou seja, todas as ferramentas utilizadas pelo político e sua equipe para persuadir os eleitores a votarem nele e a manter a sua imagem, se for eleito; a **distribuição** é composta pela **presença** marcante do político em eventos, seja na fase eleitoral ou na fase pós-eleitoral, para mostrar-se ao seu público-alvo.

Como o marketing tradicional, o marketing aplicado à política possui quatro grandes funções que, de acordo com Dantas (2010) são elas:

- ✓ Estudo de mercado: tamanho e características socioeconômicas do eleitorado e suas expectativas em relação ao político;
- ✓ Planejamento de marketing: definição de estratégias e táticas para atender às expectativas do eleitorado;

- ✓ “Comercialização” do produto: exposição e “venda” ao eleitorado das ideias e planos estabelecidos pelo político;
- ✓ Gerência de produto: manutenção e cuidados com a imagem do político junto à seu eleitorado, com vistas a garantir a satisfação dos eleitores e, assim, preservar as chances de uma possível nova eleição;

1.3.1. Estratégias eleitorais

Para que se possa conceituar um candidato e definir sua estratégia, é preciso, antes de tudo, definir, com base em pesquisas de marketing, um tema para o candidato em torno do qual será construído o interesse do eleitor. Em seguida, devem-se identificar os principais problemas e a maneira como eles são encarados pelos eleitores. O próximo passo será excluir os conceitos não desejados, em razão da personalidade e dos antecedentes do candidato. Trata-se de uma espécie de “filtro” dos aspectos negativos que compõem a imagem do candidato, uma depuração de sua imagem. Por fim, deve-se testar o conceito escolhido, por meio do uso de pesquisas realizadas periodicamente, e decidir sobre a adoção ou não de mais de um conceito.

As estratégias são alternativas para sair de um estado atual e chegar a um estado futuro, dentro de uma perspectiva de sucesso. Elas devem diferenciar o candidato em relação a seus adversários e constituem o que o candidato decide fazer e não fazer, considerando o ambiente para concretizar a visão (ser eleito) e atingir os objetivos, respeitando os princípios que norteiam o processo eleitoral e visando cumprir a missão de acordo com suas habilidades essenciais.

Parafraseando Dantas (2010), podemos dizer que as estratégias são formuladas em três etapas, que são a formulação da estratégia propriamente dita, a checagem da consistência da estratégia e sua priorização. Ao serem formuladas, devem considerar as tendências relevantes, bem como as análises do meio ambiente e de cenários, criar vantagem competitiva duradoura e ser compatíveis com os recursos disponíveis – materiais, humanos e financeiros. Além disso, devem ser coerentes entre si, buscar o compromisso das pessoas envolvidas em transformá-las em ação, estar dentro do limite de risco aceito pelo partido do candidato, ser fundamentadas nos princípios do partido e do candidato e, principalmente, ser criativas e inovadoras.

Qualquer que seja o projeto eleitoral, ele deve ser inspirado por um ou mais objetivos. Cada objetivo pode gerar uma ou mais estratégias. Para cada estratégia devem ser considerados:

- ✓ As tendências relevantes do ambiente;
- ✓ As oportunidades e ameaças geradas nesse ambiente;
- ✓ As forças e fraquezas do partido e do candidato;
- ✓ Os cenários – pessimista, realista, otimista – esperados pelo candidato;

Essas informações serão as responsáveis pelos temas que serão as bases para as estratégias. As habilidades competitivas do candidato, por sua vez, devem ser adaptadas a cada tema escolhido para a definição das estratégias, que podem ser polivalentes, ou seja, podem servir para mais de um objetivo.

Abaixo, temos listados, de acordo com Dantas (2010), alguns temas que auxiliam na definição de estratégias políticas:

- ✓ **Virtualização:** até que ponto é estratégico o uso da tecnologia para a realização de determinadas atividades.
- ✓ **Foco:** definir ações direcionadas para determinados segmentos do público-alvo.
- ✓ **Inovação:** busca pontos que sejam inovadores e distintos em relação aos concorrentes.
- ✓ **Internacionalização:** gerando vantagens competitivas ao candidato, o que pode ser pleiteado, oferecido e explorado em termos internacionais.
- ✓ **Alianças estratégicas:** quais alianças valem a pena ser feitas e quais devem ser descartadas durante o processo eleitoral.
- ✓ **Terceirização:** o que deve ser feito por conta própria e o que deverá ser contratado terceiros.
- ✓ **Parceirização:** quais parcerias valem a pena ser feitas.
- ✓ **Diversificação:** que atributos do candidato podem significar e serem vistos pelo público-alvo como um diferencial competitivo em relação aos adversários.
- ✓ **Segmentação:** como segmentar o eleitorado para gerar diferencial competitivo. Por exemplo por classe social, categoria profissional etc.
- ✓ **Diferenciação:** como gerar diferencial competitivo.
- ✓ **Distribuição:** como fazer o candidato se fazer mais visível e presente perante o eleitorado.
- ✓ **Posicionamento:** como ocupar um espaço na mente dos eleitores.
- ✓ **Localização:** onde realizar os comícios, localizar os comitês e onde estar presente.

- ✓ **Custos:** como obter a liderança na disputa eleitoral com o menor custo.
- ✓ **Financiamento:** como obter o financiamento para a campanha.

Ainda segundo Dantas (2010), ao se definir uma estratégia deve-se tentar responder algumas perguntas. A primeira delas é se a estratégia definida realmente significa uma decisão a ser tomada. Toda estratégia constitui uma decisão a ser tomada. Em seguida, deve-se perguntar se a estratégia definida leva em conta o ambiente eleitoral e as tendências relevantes dele decorrentes. A próxima pergunta é se a estratégia ajuda realmente a concretizar a visão – fazer com que o candidato seja eleito. Uma campanha eleitoral, segundo Dantas (2010), trabalha, basicamente, com três tipos de estratégias:

- ✓ **Estratégias de ação:** consistem nas alternativas para a realização das principais atividades a serem desenvolvidas pelo candidato durante a campanha. Consideram os aspectos de postura a ser adotada em relação aos adversários, pontos a serem explorados politicamente, aspectos de distribuição, pontos de presença etc.
- ✓ **Estratégias de política:** são as alternativas relacionadas aos aspectos ideológicos da campanha. Constituem ideias e projetos políticos ligados aos ideais do partido, os quais o candidato se empenhará em transformar em ação para o bem-estar da comunidade.
- ✓ **Estratégias de comunicação:** consistem em toda a inteligência de comunicação a ser utilizada pelo candidato para se fazer presente junto aos eleitores, persuadi-los a votar nele e conseguir se eleger. As estratégias de comunicação devem seguir uma linha de crescimento uniforme durante todo o processo eleitoral. A campanha deve ser dividida em etapas, com objetivos de trabalho para cada um delas, e apresentar um crescimento uniforme durante toda a sua duração.

Seguindo os pensamentos de Dias (2004), em síntese, vence as eleições o candidato que estiver melhor posicionado estrategicamente. Ou seja, com uma estratégia centrada em seus pontos fortes e neutralizando os pontos fracos.

1.3.2. Noções de imagem pública

De acordo com Wilson Gomes, existem dois significados de imagem pública. Para ele, trata-se de duas espécies de gêneros, onde uma seria a imagem visual e a outra seria a imagem social ou pública.

Não é um tipo de imagem em sentido próprio, nem guarda qualquer relação com a imagem plástica ou configuração visual exceto por analogia com o fato da representação... O termo 'imagem pública', finalmente, não designa um fato plástico ou visual, mas um fato cognitivo, conceitual... Aspectos físicos visuais nem se quer fazem parte da imagem pública de alguém. (GOMES, 2004, p. 246)

Dessa forma, ainda de acordo com Gomes (2004, p. 254), podemos dizer que a imagem pública de um sujeito é um “complexo de informações, noções e conceitos partilhados por uma coletividade qualquer e que o caracteriza”. Para ele, essas concepções possuem duas noções centralizadoras: o caráter e a natureza representacional. Na primeira temos um conjunto de expressões, atitudes e pensamentos que vão além da identidade moral do indivíduo. Elas são atribuídas à identidade psicológica do indivíduo, à sua personalidade. Já na segunda, a identificação se dá a partir de elementos simbólicos associados ao sujeito.

Deve haver bastante atenção em relação à construção de uma imagem, pois ela é algo mutável. Segundo Pereira Filho (2006, p. 16), “a imagem pública tem dinamicidade tanto se constrói como se destrói, desaparece, reconstrói e pode ocorrer independente daquelas a quem pertence”. A imagem é autônoma, ela é independente aos objetos, pessoas ou palavras a que é referência.

Na política, principalmente, tem como objetivo alcançar as coisas e pessoas concretamente. Ela é “o intermediário cognitivo que se coloca entre nós e aquilo que queremos conhecer”. (GOMES, 2004, p.266)

Gomes (2004, p. 267) ainda afirma que a imagem pública “começa a existir apenas na recepção, ainda que certamente possa ser programada – e frequentemente o seja – na emissão”. Uma afirmação consistente, tendo em vista que será na sociedade que a imagem será manifestada.

Em se tratando de política, de acordo com Weber (2004), são expostas e omitidas informações a partir de que efeito se deseja produzir no eleitor.

Linguagem aberta e disponível a todos os dialetos e aos argumentos emocionais e racionais, a imagem pública dos sujeitos políticos vai sendo formada, individual e simultaneamente, a partir da combinação das representações visuais e das representações mentais. (WEBER, 2004, p. 261)

Tendo em vista que a formação da imagem pública de um político depende da sua relevância no cotidiano das pessoas e da posição ocupada por ele na sociedade, podemos

compreender a construção de sua imagem de acordo com o quadro abaixo proposto por Weber (2004):

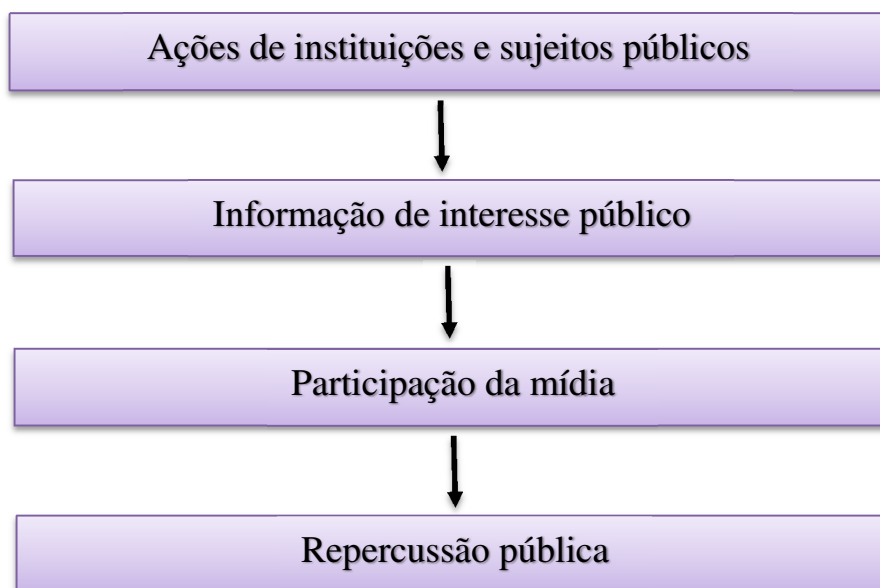


Figura 2 – Quadro de construção da imagem pública proposta por M^a Helena Weber

A autora explica o quadro a partir das ações de instituições e sujeitos públicos, uma vez que esses são constituídos por informações presentes nas propagandas, eventos, atitudes e informações do sujeito. Tendo em vista que essas informações são de ordem pública, seus atos tornam-se de interesse público. Uma vez sendo de interesse da sociedade, é necessário ganhar visibilidade e, para isso, participação da mídia para ter repercussão pública. Ou seja, “a imagem pública é dependente da aceitação ou rejeição do conteúdo submetido a seu julgamento e [...] a persuasão é o argumento regulador do discurso predominante na disputa por imagem” (PEREIRA FILHO, 2006, p. 19).

É importante citar aqui um episódio na carreira de Cássio Cunha Lima que corrobora esse pensamento. Em 1988, Cássio lançava sua candidatura à prefeitura de Campina Grande pela primeira vez. No dia 10 de julho deste ano, em meio ao Maior São João do Mundo, no Parque do Povo, com um público estimado em cerca de 50 mil pessoas, Ronaldo Cunha Lima (pai de Cássio) profere, ao final do seu discurso de encerramento da festa, a seguinte frase: “essa festa eu criei como se cria um filho, pequeno crescendo e jogando-o ao mundo. E só um filho poderia prosseguí-la no Maior São João do Mundo. Por isso entrego Cássio ao próprio destino de Campina Grande”⁸.

⁸ Jornal da Paraíba, 12 de julho de 1988, apud PEREIRA FILHO, 2006, p. 67.

Cássio prontamente responde a fala do pai com a seguinte frase: “haverei de palmilhar os caminhos de Campina Grande, iniciados por Ronaldo Cunha Lima (...). E com o vosso apoio e vossa confiança, oferecer minha juventude e idéias, para que Campina permaneça com o encontro marcado para o futuro”⁹.

A partir do exemplo citado acima, podemos identificar o início da formação de uma imagem pública deste político não só através do quadro proposto por Weber (2004), mas também a partir dos itens propostos por Dantas (2010, p. 53). Ele afirma que a imagem de um político é formada a partir de quatro itens:

- ✓ **Tom de voz** – representa um item importante na qualidade da comunicação do político. Um político deve ser firme em suas convicções e argumentações, mas não deve descuidar-se do tom de voz. As pessoas são mais sensíveis a tons de voz moderados, agradáveis, sem agressividade.
- ✓ **Gestual** – as pessoas se identificam com outras pessoas que adotem gestual mais próximo dos seus. Os gestos devem ser medidos, estudados e cuidadosamente adaptados aos gestos adotados pelo público-alvo a quem se destina a campanha eleitoral ou a atividade política.
- ✓ **Roupas** – devem ser evitados os excessos. Recomenda-se o uso de roupas normais, sem excesso de sofisticação ou excessivamente formais. De qualquer modo, combinações esdrúxulas ou de mau gosto devem ser evitadas.
- ✓ **Frases** – cuidados com o que se diz são importantes. Deve-se ter em mente sua condição de produto que fala. Todo cuidado é pouco.

Nas frases citadas acima, pode-se observar que houve cuidado e planejamento com o que foi dito por ambos os políticos, corroborando assim, com ao menos um dos itens propostos por Dantas (2010).

Se observarmos bem os discursos do pai e do filho, podemos perceber que neles encontram-se as premissas que estarão marcadas na vida política de ambos: a ideia de continuidade da administração de Campina Grande e o principal argumento político de Cássio na época, sua juventude.

⁹ Jornal da Paraíba, 12 de julho de 1988, apud PEREIRA FILHO, 2006, p. 67.

É a partir da ideia de juventude que Cássio Cunha Lima passa para o eleitor uma imagem de jovem comprometido com o futuro da cidade e, alguns anos depois, do estado. Além disso, ele se apresenta como alternativa política renovada diante de um quadro político conservador, com promessas de idéias modernas para sua administração.

E é a partir dessa ideia de juventude que Cássio constrói sua imagem política em sua primeira administração municipal. De acordo com Pereira Filho (2006, p. 69), “a imagem de político ‘moderno’ e ‘empreendedor’, preocupado com a proteção da sua cidade e seu povo, processar-se-á nos meios de comunicação e se proclamará nos quatro cantos da cidade”.

A partir desse momento, Cássio passa a utilizar a música como recuso de marketing para reforçar suas particularidades imagéticas e provocar a identificação com o eleitor (SILVA, 1999, p. 80). Associando letra à melodia, a música torna-se um ferramenta poderosa, pois cria vários efeitos de sentido e emoções no público-alvo, causando um processo de identificação com o candidato.

Apesar de ser mais incisivamente trabalhada no período eleitoral, época de firmamento de força política, a imagem de Cássio enquanto sinônimo de juventude, de um político que procura uma identificação com a cidade e seu povo e de político moderno e empreendedor passa a ser trabalhada também em todos os momentos em que se faz necessária notoriedade perante a população.

Com uma imagem pública também associada a uma caricatura de “menino”, Cássio aproveita para fazer uso de crianças em seus programas eleitorais, elevando assim sentimentos de ingenuidade, bondade, esperança, amor, bom caráter, entre outros.

A imagem de juventude associada à imagem de empreendedor, de político moderno, ágil e dinâmico, se perpetua por toda sua trajetória política. Ainda em seu primeiro mandato como prefeito de Campina Grande, Cássio possuía o slogan “Trabalho, esse é o caminho”, dando a ideia de um novo rumo à cidade. Alguns anos depois, podemos observar seu slogan enquanto governador da Paraíba “Governo da Paraíba: Estado em movimento”, dando uma ideia de ação e movimento constante nos projetos de seu governo.

Essa imagem de juventude também proporciona a Cássio uma imagem de pop star. Segundo Pereira Filho (2006, p. 82), “artistas e políticos dividem o mesmo campo de atuação: a mídia”. Cássio possui diversas peculiaridades que permitem compará-lo às celebridades, por exemplo: possui fãs, as pessoas pedem autógrafos a ele, gritam seu nome, pedem para tirar fotos ao seu lado, possuem quadros com sua imagem pendurados

na sala de casa, etc; comportamentos que são mais observados no tratamento dado aos artistas.

Outro fator que pode ser considerado como favorável à sua imagem pública é a estética. Dono de uma beleza que, de acordo com Pereira Filho (2006, p. 84), “se enquadra nos padrões mitiáticos modernos”, podemos dizer que ele possui um forte argumento imagético aceitável, principalmente pelo público feminino.

Por fim, observamos que a imagem de Cássio vai além de uma imagem de homem público, perpassando pelas condições de artista, ídolo, e, assim, nos fazendo chegar à conclusão do quanto a mídia foi e é importante nesse processo de construção de uma imagem.

2. WEB 2.0: MÍDIAS SOCIAIS

2.1. O Digital e o Marketing

Segundo Gabriel (2010, p. 103), optamos por iniciar esta discussão citando algumas teses do livro *The Cluetrain Manifesto*¹⁰ que têm se manifestado fortemente na última década, devido à difusão da internet, e impactado particularmente o marketing. São elas:

- ✓ A internet muda tudo;
- ✓ Mercados começaram como conversas. A internet transforma o marketing em conversas novamente;
- ✓ A internet subverte hierarquias;
- ✓ Mercados online são muito diferentes dos mercados de massa;
- ✓ Empresas precisam adquirir senso de humor. Senso de humor envolve humildade, honestidade, valores e ponto de vista;
- ✓ As empresas estão com medo. O medo mantém as empresas distantes de seus consumidores. A internet força as empresas a adquirirem intimidade com seus consumidores.

No contexto de transformação catalisada pelo digital e nas teses de *The Cluetrain Manifesto*, vemos que a sociedade, o mercado e o consumidor mudaram. Portanto, o marketing também precisa mudar levando em consideração esse novo cenário e as novas ferramentas e plataformas de ação que com ele se tornaram disponíveis.

Revedo a clássica definição¹¹ de marketing dada por Kotler no capítulo anterior, temos que qualquer componente de uma estratégia de marketing para satisfazer necessidades ou desejos pode usar tecnologias e plataformas digitais ou não. Sabemos que essas estratégias de marketing são planejadas com base nos 4Ps¹², assim, enquanto há alguns anos tínhamos apenas a possibilidade de utilizar um composto de marketing baseado em tecnologias tradicionais, hoje qualquer um dos 4Ps pode ser digital ou tradicional.

¹⁰ Obra apresentada em 1999 com 95 teses em forma de manifesto, que examina os impactos da internet nos consumidores e organizações. Em 2009, o livro ganhou uma edição comemorativa pelos 10 anos do seu lançamento. (Levine et al., 1999)

¹¹ “Atividade humana dirigida para satisfação de necessidades e desejos por meio de processos de troca”. (Kotler, 1996)

¹² Leia-se aqui os 4Ps do marketing de acordo com a incorporação feita ao marketing político proposta, no capítulo anterior, por Dantas (2010).

Normalmente, o termo marketing digital é usado como sendo o marketing que utiliza estratégias com algum componente digital no composto do marketing (mais conhecido como marketing mix). No entanto, para Gabriel (2010, p. 104), essa definição não é adequada por dois motivos:

- ✓ Privilegia um dos componentes da estratégia, no caso, o digital, em detrimento dos outros, como impressos, eletrônicos etc.
- ✓ Apesar de o digital se difundir cada vez mais no dia a dia, a eletricidade e energia de baterias são os principais fatores por trás não apenas das mídias digitais, mas das eletrônicas também – assim, se temos marketing digital, teríamos de ter o marketing elétrico ou eletrônico.

Dessa forma, ainda de acordo com Gabriel (2010), só há sentido em falar em marketing digital se todas as tecnologias e plataformas usadas nas ações forem digitais. Ainda assim, o termo marketing digital não é adequado nesse caso, pois o digital tende a permear todas as plataformas futuras, tornando-se tão transparente quanto a eletricidade é hoje para nós. Além disso, “digital” não é especialidade nem objetivo de ações de marketing.

Quando nos referimos a mobile marketing, marketing de busca, marketing em redes sociais, marketing de relacionamento, estamos nos referindo a todas as ações estratégicas dessas modalidades enfocadas na especialidade *mobile*, *search*, *social media*, relacionamento. Assim, segundo Gabriel (2010), marketing digital não existe, o que existe é marketing, e o seu planejamento estratégico é que o que determinará que plataformas ou tecnologias serão usadas – digitais ou não.

2.1.1 O mundo on-line: Web 1.0, 2.0 e 3.0

Temos testemunhado mudanças significativas na web desde o início da internet comercial, em meados dos anos 1990. Passamos da web estática à web conversação. Nesse caminho de transformação da web e do consumidor, alavancado pelas tecnologias digitais, a O'Reilly Media¹³ classificou essas mudanças em três ondas conhecidas como Web 1.0, Web 2.0 e Web 3.0.

Apesar desses termos sugerirem novas versões para a web, mostram apenas uma divisão didática das fases da web que apresentam as mudanças acumulativas no modo

¹³ É uma companhia de mídia americana criada por Tim O'Reilly, que publica livros e *websites* e organiza conferências sobre temas de informática. Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/O%27Reilly_Media

com que os desenvolvedores de *software* e os usuários utilizam a web. Assim, os termos web 1.0, 2.0 e 3.0 estão mais relacionados à mudança no comportamento dos usuários da web do que a tecnologias que proporcionaram essas mudanças.

A Web 1.0 é a web estática, onde as pessoas apenas navegam e consomem informações. A Web 2.0 é a web da participação, onde as pessoas usam a web como plataforma para todo tipo de interação: blogs, vídeos, fotos, redes sociais. A Web 2.0 é o que Gabriel (2010) chama de computação em nuvem – os aplicativos ficam na internet e são acessados por meio de computadores com conexão online.

O volume e diferentes tipos de informações e coisas que estão sendo acrescentados à internet diariamente aumentam a sua complexidade consideravelmente. Nesse cenário emergente, para que se consiga atuar na web e encontrar o que é relevante a cada instante, é necessário um novo paradigma de busca e organização da informação e esse novo paradigma, de acordo com Gabriel (2010) é a Web 3.0, ou a web semântica. Para ela, na web semântica, além da informação em si, o contexto e as ligações referentes a essa informação permitirão encontrar um significado que auxilie o uso da web.

Porém, para este trabalho, consideraremos apenas a Web 2.0, pois nela não apenas se consomem conteúdos, mas principalmente se colocam conteúdos. *Blogs*, *microbloggings* e redes sociais são exemplos de ferramentas participativas da plataforma da Web 2.0. De acordo com Spadaro (2013), o mundo das comunicações está unificando a humanidade, tornando-a, com efeito, uma aldeia global. A Web 2.0 não passa disso: a Rede transformada numa *rede de contatos sociais*, local de participação e compartilhamento. Uma rede ou mídia social liga pessoas comuns dispostas a compartilhar pensamentos, conhecimentos e, também, parcelas de suas vidas. Sua característica é estar aberta a todos tanto no uso quanto na construção. A partir do momento em que a banda larga de acesso à internet se popularizou, a plataforma da Web 2.0 tornou-se viável e aplicações online participativas tornaram-se possíveis. A partir daí, observaram-se proliferação das mídias sociais e sua adoção ao redor do planeta, já que se tornou comum as pessoas estarem online o tempo todo, permitindo, assim, a sua formação.

2.2. Redes Sociais x Mídias Sociais

Rede Social é uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos

comuns. Uma das fundamentais características na definição das redes é a sua abertura e porosidade, possibilitando relacionamentos horizontais e não hierárquicos entre os participantes. De acordo com Duarte e Frei (2008), “redes não são, portanto, apenas uma outra forma de estrutura, mas quase uma não estrutura, no sentido de que parte de sua força está na habilidade de se fazer e desfazer rapidamente.”

Muito embora um dos princípios da rede seja sua abertura e porosidade, por ser uma ligação social, a conexão fundamental entre as pessoas se dá através da identidade. Capra (2008) diz que "os limites das redes não são limites de separação, mas limites de identidade. (...) Não é um limite físico, mas um limite de expectativas, de confiança e lealdade, o qual é permanentemente mantido e renegociado pela rede de comunicações."

As redes sociais online podem operar em diferentes níveis, como, por exemplo, redes de relacionamentos (Facebook, Twitter, Instagram, Google+, MySpace, Badoo), redes profissionais (LinkedIn), redes comunitárias (redes sociais em bairros ou cidades), redes políticas, dentre outras, e permitem analisar a forma como as organizações desenvolvem a sua atividade, como os indivíduos alcançam os seus objetivos ou medir o *capital social* – o valor que os indivíduos obtêm da rede social.

As redes sociais tem adquirido importância crescente na sociedade moderna. São caracterizadas primariamente pela auto geração de seu desenho, pela sua horizontalidade e sua descentralização.

Um ponto em comum dentre os diversos tipos de rede social é o compartilhamento de informações, conhecimentos, interesses e esforços em busca de objetivos comuns. A intensificação da formação das redes sociais, nesse sentido, reflete um processo de fortalecimento da Sociedade Civil, em um contexto de maior participação democrática e mobilização social.

As "ferramentas de **mídias sociais**" são sistemas projetados para possibilitar a interação social a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos. Eles possibilitaram a publicação de conteúdos por qualquer pessoa, baixando a praticamente zero o custo de produção e distribuição ao longtail - antes esta atividade se restringia a grandes grupos econômicos.

Elas abrangem diversas atividades que integram tecnologia, interação social e a construção de palavras, fotos, vídeos e áudios. Esta interação e a maneira na qual a informação é apresentada dependem nas várias perspectivas da pessoa que compartilhou o conteúdo, visto que este é parte de sua história e entendimento de mundo.

Andreas Kaplan e Michael Haenlein (2010) definem mídias sociais como "um grupo de aplicações para Internet construídas com base nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da Web 2.0, e que permitem a criação e troca de Conteúdo Gerado pelo Utilizador (UCG)". Mídias sociais podem ter diferentes formatos como blogs, compartilhamento de fotos, videologs, *scrapbooks*, *e-mail*, mensagens instantâneas, compartilhamento de músicas, *crowdsourcing*, VoIP, entre outros.

São exemplos de aplicações de mídia social: Blogs (publicações editoriais independentes), Google Groups (referências, redes sociais), Wikipedia (referência), MySpace (rede social), Facebook (rede social), hasbanni.com (rede social), Last.fm (rede social e compartilhamento de música), YouTube (rede social e compartilhamento de vídeo), Second Life (realidade virtual), Flickr (rede social e compartilhamento de fotos), Twitter (rede social e Microblogging), Wikis (compartilhamento de conhecimento) e inúmeros outros serviços.

As duas primeiras grandes redes sociais da internet, antes mesmo de serem conhecidas como tais, foram os fóruns e os grupos de e-mail, utilizados para unir pessoas com interesses comuns, muito antes do surgimento das redes antes citadas.

As mídias sociais têm várias características que as diferem fundamentalmente das mídias tradicionais, como jornais, televisão, livros ou rádio. Antes de tudo, as mídias sociais dependem da interação entre pessoas, porque a discussão e a integração entre elas constroem conteúdo compartilhado, usando a tecnologia como condutor.

Mídias sociais não são finitas: não existe um número determinado de páginas ou horas. A audiência pode participar de uma mídia social comentando ou até editando as histórias. O conteúdo de uma mídia social, em texto, gráficos, fotos, áudio ou vídeos podem ser misturados. Outros usuários podem criar mashups¹⁴ e serem avisados de atualizações através de agregadores de feed.

Mídia social significa um amplo aspecto de tópicos, com diversas conotações. No contexto de *marketing* de internet, mídias sociais se referem a grupos com diversas propriedades, sempre formados e alimentados pelos usuários, como fóruns, blogs, *sites* de compartilhamento de vídeos e *sites* de relacionamentos. Otimização das Mídias Sociais (SMO) é o processo de distribuir melhor, entre várias redes e mídias sociais, o conteúdo criado pelo público.

¹⁴ Um *mashup* é um site personalizado ou uma aplicação web que usa conteúdo de mais de uma fonte para criar um novo serviço completo.

As mídias sociais têm dois aspectos importantes. O primeiro, SMO, refere-se às características que podem ser melhoradas em uma página, táticas que um *webmaster*¹⁵ pode aplicar para otimizar um site para a era da mídia social. Essas otimizações incluem adicionar ligações para serviços em que as páginas possam ser facilmente salvas e compartilhadas. Marketing de mídias sociais, por outro lado, engloba criação de conteúdo memorável, único e com potencial para virar notícia. Este conteúdo pode então ser espalhado através de sua popularização, ou até pela criação e veiculação de vídeos "virais" no YouTube, por exemplo.

Mídia social é sobre ser social, e isso quer dizer se relacionar e se envolver com outros blogs, fóruns e comunidades de nicho.

Pesquisadores brasileiros, como o professor Marcelo Coutinho, da Fundação Getúlio Vargas, desenvolveram visões bem próprias sobre o poder das mídias sociais. No livro *Do Broadcast ao Socialcast*, Coutinho traça um paralelo entre a nova mídia e a sua versão clássica. Outro grande pensador dessa nova forma de relacionamento é o professor Silvio Meira, que entende que a sociedade tem hoje à disposição um instrumento revolucionário que pode alterar não apenas as relações sociais, mas a visão empresarial de algumas marcas de como elas devem se relacionar com os seus consumidores.

Novas ferramentas de mídia social vêm surgindo e se estabelecendo, passando por mutações evolutivas naturais - vide os blogs, que nasceram apenas como diários virtuais e tiveram sua natureza diversificada com o tempo, a ponto de se tornarem, inclusive, instrumentos de efetiva geração de negócios, por exemplo.

Isto significa uma grande mudança na estrutura de poder social, pois a possibilidade de gerar conteúdos e influenciar pessoas e decisões, deixa de ser exclusividade dos grandes grupos capitalizados, para se tornar comum a qualquer pessoa. Além disso, a redução do custo de publicação a quase zero possibilita a produção de conteúdos muito específicos também para pequenos públicos.

Tecnologias de mídias sociais podem apresentar diferentes formas, incluindo revistas, Internet, fóruns, weblogs, social blogs, microblogging, wikis, social networks, podcasts, fotografias e figuras, vídeos, avaliação e social bookmarking. Kietzmann et al. apresentam um Hexagonal das Mídias Sociais que define como as mídias sociais diferem

¹⁵ Um profissional capaz de gerenciar as tarefas tanto de um webdesigner (elaboração do projeto estético e funcional de um web site) quanto de um *web developer* (que faz a parte da programação, como sistemas de login, cadastro, área administrativa).O webmaster é a pessoa responsável por tomar as decisões quanto aos trabalhos específicos destes profissionais, bem como por assessorar o proprietário do website quanto a alterações e melhorias no mesmo.

de acordo com o foco colocado em um ou todos os sete blocos propostos: identidade, conversa, compartilhamento, presença, relacionamentos, reputação, e grupos.

Liberdade de comunicação interativa, combinada à facilidade de uso das ferramentas para fazê-lo e a uma arquitetura participativa em redes, forma a base da receita para que as plataformas de mídias sociais possam ser classificadas como uma das mais influentes formas de mídia até hoje criada. Na versão interativa da *web*, é possível fazer muito mais com muito menos e isso é muito poderoso.

2.2.1. Facebook

Facebook é um site e serviço de rede social que foi lançado em 4 de fevereiro de 2004, operado e de propriedade privada da Facebook Inc.. Em 4 de outubro de 2012, o Facebook atingiu a marca de 1 bilhão de usuários ativos.¹⁶ Em média 316.455 pessoas se cadastram, por dia, no Facebook, desde sua criação em 4 de fevereiro de 2004. Os usuários devem se registrar antes de utilizar o site, após isso, podem criar um perfil pessoal, adicionar outros usuários como amigos e trocar mensagens, incluindo notificações automáticas quando atualizarem o seu perfil. Além disso, os usuários podem participar de grupos de interesse comum de outros utilizadores, organizados por escola, trabalho ou faculdade, ou outras características, e categorizar seus amigos em listas como "as pessoas do trabalho" ou "amigos íntimos". O nome do serviço decorre o nome coloquial para o livro dado aos alunos no início do ano letivo por algumas administrações universitárias nos Estados Unidos para ajudar os alunos a conhecerem uns aos outros. O Facebook permite que qualquer usuário que declare ter pelo menos 13 anos possa se tornar usuário registrados do site.¹⁷ No entanto, com base em dados de maio de 2011 do ConsumersReports.org, existiam 7,5 milhões de crianças menores de 13 anos com contas no Facebook, violando os termos de serviço do próprio site.¹⁸ Um estudo de janeiro de 2009 do *Compete.com* classificou o Facebook como a rede social mais utilizada em todo o mundo por usuários ativos mensais.¹⁹ Usuários criam perfis que contêm fotos e listas

¹⁶ Facebook mostra o raio-x de 1 bilhão de usuários Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2012/10/1163808-facebook-mostra-o-raio-x-de-1-bilhao-de-usuarios.shtml> Visitado em 9 de setembro de 2014.

¹⁷ Information For Parents and Educators. Disponível em: <https://www.facebook.com/help/parents> Visitado em 09 de setembro de 2014.

¹⁸ Five million Facebook users are 10 or younger Disponível em: <http://www.consumerreports.org/cro/news/2011/05/five-million-facebook-users-are-10-or-younger/index.htm> Visitado em 09 de setembro de 2014.

¹⁹ Social Networks: Facebook Takes Over Top Spot, Twitter Climbs Disponível em: <https://blog.compete.com/2009/02/09/facebook-myspace-twitter-social-network/> Visitado em 9 de setembro de 2014.

de interesses pessoais, trocando mensagens privadas e públicas entre si e participantes de grupos de amigos. A visualização de dados detalhados dos membros é restrita para membros de uma mesma rede ou amigos confirmados.

Mark Zuckerberg fundou, juntamente ao brasileiro Eduardo Saverin e os estadunidenses Dustin Moskovitz e Chris Hughes, o The Facebook em fevereiro de 2004, enquanto frequentava a Universidade de Harvard, com o apoio de Andrew McCollum e Eduardo Saverin. Até o final do mês, mais da metade dos estudantes não-graduados em Harvard foi registrada no serviço. Naquela época, Zuckerberg se juntou a Dustin Moskovitz e Chris Hughes para a promoção do site e o Facebook foi expandido à Universidade de Stanford, à Universidade Columbia e à Universidade Yale. Esta expansão continuou em abril de 2004 com o restante das Ivy League, entre outras escolas..

Em 23 de agosto de 2005, o Facebook compra o domínio facebook.com da Aboutface e descarta definitivamente o "The" de seu nome. A esta data, o Facebook foi "repaginado" recebendo uma atualização que, segundo Zuckerberg, deixou mais amigável aos usuários.²⁰ Em 2 de setembro de 2005, Mark Zuckerberg lançou a interação do Facebook com o ensino secundário. Embora inicialmente definido para separar as "comunidades" para que os usuários precisassem ser convidados para participar, dentro de 15 dias as redes escolares não mais exigiam uma senha para acessar (embora o cadastro no Facebook ainda exigisse).

Em outubro deste mesmo ano, a expansão começou a atingir universidades de pequeno porte e instituições de ensino pós-secundário (junior colleges) nos Estados Unidos, Canadá e Reino Unido, além de ter expandido a vinte e uma universidades no Reino Unido, ao Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey no México, a Universidade de Porto Rico em Porto Rico e toda a Universidade das Ilhas Virgens nas Ilhas Virgens Americanas. Em 11 de dezembro de 2005, universidades da Austrália e Nova Zelândia aderiram ao Facebook, elevando sua dimensão para mais de 2 mil colégios e mais de 25 mil universidades em todo o Estados Unidos, Canadá, México, Reino Unido, Austrália, Nova Zelândia e Irlanda.

Em 27 de fevereiro de 2006, o Facebook passou a permitir que estudantes secundaristas adicionassem estudantes universitários a pedido dos usuários. Um mês depois, em 28 de março, a revista BusinessWeek noticia que uma potencial aquisição

²⁰ Accel Partners Invests In Thefacebook.Com Disponível em: http://web.archive.org/web/20051103222707/http://www.accel.com/news/news_one_up.php?news_id=1# Visitado em 9 de setembro de 2014.

estava em negociação.²¹ Em maio, a rede do Facebook se expandiu à Índia, no Instituto Indiano de tecnologia (IIT) e no Instituto Indiano de gestão (IIG). Em meados de agosto, o Facebook adicionou universidades na Alemanha e colégios em Israel à sua rede. Em 11 de setembro o Facebook foi aberto para cadastro para todo o público.²²

No ano de 2008, a rede social Twitter (que veremos mais adiante) rejeita uma oferta milionária que o jovem Mark Zuckerberg propôs, Biz Stone disse que:

"rede social de microblogs queria, na realidade, não virar um site popular e sim uma autêntica empresa geradora de lucros, e por isso não tinha interesse em se fundir com outra companhia. Criamos algo que as pessoas acham que tinha valor, mas ainda não fizemos disso um negócio, e nós gostaríamos muito de fazer isso."²³

Em 13 de junho de 2009 o Facebook introduziu o recurso "Nome de usuário" em que as páginas podem ser acessadas em URLs mais simples escolhidas pelo próprio usuário.²⁴

Em 18 de maio de 2010, o Facebook juntamente com a operadora de celular TIM do Brasil, lançaram o serviço de acesso grátis ao site *Facebook.com* através do próprio aparelho celular. Apesar do serviço ser grátis para todos os planos como Pré e Pós-pago, o serviço causou muitos transtornos por estar fazendo cobranças indevidas aos usuários Pré-pagos. A população brasileira na internet saltou de 33,3 milhões em 2009 para 40 milhões em 2010, segundo os dados da comScore, fazendo do Brasil o 8º país com o maior número de internautas no mundo.²⁵

Em 14 de setembro de 2011,²⁶ o Facebook lançou um botão Assinar. O recurso permite aos usuários acompanhar as atualizações públicas de seus amigos. No início de

²¹ Facebook's on the Block Disponível em: <http://www.businessweek.com/stories/2006-03-27/facebook-on-the-block> Visitado em 09 de setembro de 2014.

²² eWoss News: Facebook to Open to All Internet Users Disponível em: <http://web.archive.org/web/20091029094744/http://news.ewoss.com/articles/D8K30CFO0.aspx> Visitado em 9 de setembro de 2014.

²³ Twitter recusou fusão com Facebook em 2008, diz jornal. Disponível em: <http://www.metagov.com.br/marketing-digital/item/419-seo-cresca-seus-resultados-organicamente#> Página visitada em 9 de setembro de 2014.

²⁴ DiPersia, Blaise (9 de junho de 2009). Coming Soon: Facebook Usernames. Disponível em: <https://www.facebook.com/notes/facebook/coming-soon-facebook-usernames/90316352130> Visitado em 13 de setembro de 2014.

²⁵ Facebook cresce 258% no Brasil em 2010 - Facebook - EXAME.com Disponível em: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/facebook-cresce-258-no-brasil-em-2010#Leia%20Mais> Visitado em 19 de setembro de 2014.

²⁶ Facebook lança botão Assinar para websites Disponível em: <http://www.midiassociais.net/2011/12/facebook-lanca-botao-assinar/2011> Visitado em 19 de setembro de 2014.

2012 o Facebook se tornou a maior rede social no Brasil e na América Latina, ultrapassando o Orkut, Tumblr, Twitter. Durante o mês de dezembro de 2011, segundo dados da comScore divulgados em janeiro. Pesquisa da companhia mostrou que a rede fundada por Mark Zuckerberg atraiu 36,1 milhões de visitantes durante o período, superando os 34,4 milhões registrados pela rede social do Google.²⁷

Em 9 de abril de 2012, Mark Zuckerberg anuncia em seu perfil a aquisição do aplicativo Instagram pelo valor de aproximadamente 1 bilhão de dólares.²⁸ Na manhã do dia 4 de outubro, Marc Zuckerberg informou que havia já mais de mil milhões de utilizadores ativos do Facebook.²⁹

Em março de 2013 o Facebook anunciou mudanças em sua Linha do Tempo dos usuários. O novo design adiciona livros que o usuário leu ou gosta, filmes e músicas. A área fica ao lado das fotos pessoais e dos amigos. A mudança ocorreu aos poucos, mas até o segundo semestre de 2013 todos os usuários já estavam com sua Linha do Tempo atualizada. Até o Google quis comprar o Facebook, mas Mark Zuckerberg não quis vender.³⁰

No dia 19 de fevereiro de 2014 a empresa anunciou que comprou o aplicativo WhatsApp por 16 bilhões de dólares.³¹ O valor é o mais alto já pago por um aplicativo móvel, desde que a própria rede social comprou o Instagram. Também foi maior aquisição do site.

2.2.2. Twitter

O twitter é uma rede social e um servidor para *microblogging*, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos (em textos de até 140 caracteres, conhecidos como "*tweets*"), por meio do *website* do serviço, por SMS e por softwares específicos de gerenciamento.

²⁷ Facebook passa Orkut e vira maior rede social do Brasil, diz pesquisa. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/01/facebook-passa-orkut-e-vira-maior-rede-social-do-brasil-diz-pesquisa.html> Página visitada em 19 de setembro de 2014.

²⁸ Facebook anuncia compra do Instagram por R\$ 1,8 bilhão - Empresas - iG Disponível em: <http://economia.ig.com.br/empresas/facebook-anuncia-compra-do-instagram/n1597736735082.html> Visitado em 19 de setembro de 2014.

²⁹ Facebook ultrapassa os mil milhões de utilizadores em todo o mundo Disponível em: <http://www.ionline.pt/artigos/mundo/facebook-ultrapassa-os-mil-milhoes-utilizadores-todo-mundo> Visitado em 19 de setembro de 2014.

³⁰ Linha do tempo do facebook tem mudanças Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/03/linha-do-tempo-do-facebook-tem-mudancas.html> Visitado em: 20 de setembro de 2014.

³¹ Facebook compra o aplicativo WhatsApp por US\$ 16 bilhões Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/02/facebook-compra-o-aplicativo-whatsapp-por-us-16-bilhoes.html> Visitado em 20 de setembro de 2014.

As atualizações são exibidas no perfil de um usuário em tempo real e também enviadas a outros usuários seguidores que tenham assinado para recebê-las. As atualizações de um perfil ocorrem por meio do site do Twitter, por RSS, por SMS ou programa especializado para gerenciamento. O serviço é gratuito pela internet, entretanto, usando o recurso de SMS pode ocorrer a cobrança pela operadora telefônica.

O twitter foi criado em 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass nos EUA. A ideia inicial dos fundadores era que o Twitter fosse uma espécie de "SMS da internet" com a limitação de caracteres de uma mensagem de celular. Inicialmente chamada Twtr (sem vogais), o nome da rede social, em inglês, significa gorjear. A ideia é que o usuário da rede social está "piando" pela internet.³² Desde sua criação, o Twitter ganhou extensa notabilidade e popularidade por todo mundo. Algumas vezes é descrito como o "SMS da Internet".³³ Dick Costolo é o CEO da empresa e Jack Dorsey é o Chairman.³⁴

A estimativa do número de usuários é baseada em pesquisas independentes já que a empresa não informa oficialmente número de contas ativas. Em novembro de 2008, Jeremiah Owyang estimou que o Twitter possuía entre 4 a 5 milhões de usuários.³⁵ Já em maio de 2009, outro estudo analisou mais de 11 milhões e meio de contas de usuários. Um estudo da Universidade de Harvard concluiu que apenas 10% dos usuários produzem 90% do conteúdo.³⁶

Em Fevereiro de 2009 o blog "Compete.com" elegeu o Twitter em terceiro lugar como rede social mais usada (Facebook em primeiro lugar, seguido do MySpace).³⁷ Posteriormente, em setembro de 2010, o Twitter divulgou em seu próprio site o número total de usuários registrados: 175 milhões.

³² Redes sociais: Criador do Twitter rejeita comparação com o Facebook. Disponível em: <http://convergenciadigital.uol.com.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=33475&sid=4#.VHys7Wd5P5N> Visitado em 20 de setembro de 2014.

³³ Swine flu's tweet tweet causes online flutter Disponível em: http://www.business-standard.com/article/technology/swine-flu-s-tweet-tweet-causes-online-flutter-109042900097_1.html Visitado em 20 de setembro de 2014.

³⁴ Twitter pode transformar investidores em bilionários. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/mercados/noticias/twitter-pode-transformar-investidores-em-bilionarios> Visitado em 20 de setembro de 2014.

³⁵ Social Networks Site Usage: Visitors, Members, Page Views, and Engagement by the Numbers in 2008. Disponível em: <http://www.web-strategist.com/blog/2008/11/19/social-networks-site-usage-visitors-members-page-views-and-engagement-by-the-numbers-in-2008/> Visitado em 20 de setembro de 2014.

³⁶ Twitter hype punctured by study Disponível em: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/8089508.stm> Visitado em 20 de setembro de 2014.

³⁷ Social Networks: Facebook Takes Over Top Spot, Twitter Climbs Disponível em: <https://blog.compete.com/2009/02/09/facebook-myspace-twitter-social-network/> Visitado em 20 de setembro de 2014.

O Twitter permite um excelente intercâmbio de informações com diversas redes sociais, entre elas o Facebook, em que é possível que tudo que o usuário poste no Twitter seja postado em sua conta do Facebook também e vice-versa, o Formspring.me e o Skoob, que permitem que o usuário envie mensagens pré-programadas para o Twitter através deles, e o Tumblr que dá a opção de que o usuário escolha a mensagem que será enviada para o Twitter.

Com a criação do Twitter também surgiram diversas redes sociais dependentes dele que permitiam o envio de fotos e vídeos, como o Twitpic e o Twitvid. Outros, como o TwitDraw, permitiam que o usuário começasse um desenho e seus seguidores o completassem, e o Fun140 e LOLquiz que hospedam testes cujo resultado é enviado diretamente para o Twitter. Websites como o Yfrog e Flickr também permitem o envio de mensagens para o Twitter.

Se destacou na mídia o uso do Twitter durante as manifestações políticas ocorridas na Moldávia em reação ao resultado das eleições legislativas no início de 2009. A ferramenta também esteve presente no debate político e na movimentação da oposição durante a Eleição presidencial do Irã em 2009. Durante o Apagão elétrico de 2009, as primeiras informações das regiões atingidas pelo blecaute foi fornecida através dos usuários do Twitter, através de postagens via celular, e lida por emissoras de rádio que faziam plantão naquele momento.

Em janeiro de 2010 foi realizada a primeira conexão e acesso pessoal à Internet de origem espacial, utilizando o Twitter.³⁸ O astronauta Timothy Creamer, escreveu "Hello Twitterverse" no serviço de microblogging, através do endereço do Twitter http://twitter.com/astro_tj.³⁹

Devido ao sucesso do Twitter, um grande número de serviços semelhantes foram lançados. Alguns são disponibilizados em países específicos, outros unem outras funções, como a partilha de arquivos que era oferecido pelo Pownce.

O Twitter também tem sido constantemente utilizado por grandes empresas para a divulgação de suas marcas, através de constantes atualizações, sempre ligando o "consumidor" a uma página onde possa encontrar mais informações sobre o serviço ou produto oferecido. Além disso, o Twitter tem se mostrado um ótimo instrumento para o

³⁸ Mensagem pelo Twitter inaugura 1ª conexão à internet a partir do espaço Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Mundo/0,,MUL1459687-5602,00-MENSAGEM+PELO+TWITTER+INAUGURA+CONEXAO+A+INTERNET+A+PARTIR+DO+ESPA CO.html> Visitado em 21 de setembro de 2014.

³⁹ Astronauta manda primeira mensagem no Twitter do espaço Disponível em: <http://tecnologia.terra.com.br/interna/0,,OI4222261-EI4802,00.html> Visitado em 21 de setembro de 2014.

fortalecimento das marcas no ambiente virtual, pois agrega seguidores que recebem as atualizações enviadas pelas empresas, porém ainda é uma ferramenta que deve ser melhor explorada para esse fim.

No artigo publicado em 14 de abril de 2009, no *The New York Times*, a jornalista Claire Cain Miller afirmou que a utilidade mais produtiva do Twitter tem sido para aquelas empresas que desejam ouvir os clientes e oferecer reações imediatas às opiniões deles.

A Google e a Microsoft entraram em um acordo com o Twitter para que os tweets postados diariamente pelos milhões de usuários da rede social, apareçam nos resultados dos buscadores, tanto da Google, quanto da Microsoft, no caso o Bing. A Google pagou US\$ 15 milhões e a Microsoft US\$ 10 milhões e foram os primeiros a fazer experiências com os dados coletados.⁴⁰

Segundo o grupo de pesquisa norte-americano *Web Ecology*, a língua portuguesa é a segunda mais utilizada pelo Twitter.⁴¹ Um estudo da SemioCast, no entanto, mostra que a língua portuguesa é a terceira mais utilizada, atrás do inglês e do japonês.^{42,43}

Em junho de 2011, o Twitter terminou de ser traduzido para o português e os usuários ganharam a opção de usar a rede social nesta língua. A tradução foi feita em conjunto com os usuários, que acessavam um painel onde havia cada uma das frases a ser traduzidas, e outros usuários votavam nas melhores traduções.

De acordo com uma pesquisa realizada pela agência Bullet, a maioria (61%) dos usuários do Twitter no Brasil é composta por homens na faixa de 21 a 30 anos, solteiros, localizados principalmente nos estados de Minas Gerais, do Paraná, do Rio de Janeiro, do Rio Grande do Sul e de São Paulo. Na maior parte, são pessoas com ensino superior completo e renda mensal compreendida entre R\$ 1.000,00 e R\$ 5.000,00.

⁴⁰ [Twitter quer acordo com a Microsoft e Google para exibir conteúdo.](http://noticias.band.uol.com.br/tecnologia/noticia/?id=200610) Disponível em: <http://noticias.band.uol.com.br/tecnologia/noticia/?id=200610> Visitado em 21 de setembro de 2014.

⁴¹ [Português é segunda língua mais usada no Twitter, conclui pesquisa](http://www1.folha.uol.com.br/tec/2009/09/627761-portugues-e-segunda-lingua-mais-usada-no-twitter-conclui-pesquisa.shtml) Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2009/09/627761-portugues-e-segunda-lingua-mais-usada-no-twitter-conclui-pesquisa.shtml> Visitado em 21 de setembro de 2014.

⁴² [Half of messages on Twitter are not in English=SemioCast](http://semioCast.com/downloads/SemioCast%20Half%20of%20messages%20on%20Twitter%20are%20not%20in%20English%2020100224.pdf) Disponível em: <http://semioCast.com/downloads/SemioCast Half of messages on Twitter are not in English 20100224.pdf> Visitado em 21 de setembro de 2014.

⁴³ [Português é a terceira língua mais usada no Twitter, segundo pesquisa](http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1503695-6174,00-PORTUGUES+E+A+TERCEIRA+LINGUA+MAIS+USADA+NO+TWITTER+SEGUNDO+PESQUISA.html) Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1503695-6174,00-PORTUGUES+E+A+TERCEIRA+LINGUA+MAIS+USADA+NO+TWITTER+SEGUNDO+PESQUISA.html> Visitado em 21 de setembro de 2014.

Ainda segundo a pesquisa, esse público gasta cerca de 50h semanais conectados à Internet. Cerca de 60% dele é considerado formadores de opinião: possuem um blog; conhecem a ferramenta através de amigos ou posts em outros blogs.

Sobre o uso da ferramenta por empresas, a pesquisa informa um cenário muito favorável. A maioria (51%) dos usuários consultados disseram achar interessantes os perfis corporativos, desde que sejam utilizados com relevância. Aproximadamente 50% dos usuários nunca participaram de ações promocionais. Ainda assim, consideram uma experiência interessante. Cerca de 30% já participaram de alguma ação publicitária e 70% seguem ou já seguiram algum perfil corporativo.

Na pesquisa, foram consultados 3268 brasileiros por meio do site da Bullet e o Migre.me, no período de 27 a 29 de abril de 2009. Em janeiro de 2012, o Twitter ganha uma nova versão.

Em fevereiro de 2014, o Twitter passa a ser reformulado, ficando mais moderno, e a opção conectar é extinta, dando lugar as notificações, a rede passa a ficar quase idêntica ao Facebook, a partir de 11 de abril, é alterada a opção do perfil, até ser oficializada no final de maio.

2.2.3 Importância da internet no atual processo eleitoral

A proliferação de tecnologias e plataformas digitais oferece um cenário fértil para as mais diversificadas ações de marketing. A possibilidade de mensuração que o ambiente digital propicia também é uma vantagem enorme em relação aos ambientes materiais, tangíveis – o digital permite sincronicidade. No entanto, para se utilizar uma ferramenta com maestria é necessário primeiro conhecê-la.

Apesar da complexidade crescente que a enorme proliferação e a mudança constante que a tecnologia nos apresenta, é necessário conhecer bem as novas ferramentas que temos para podermos usá-las nas estratégias de marketing.

É muito importante ressaltar que o digital não conserta marketing ruim, podendo até piorá-lo. O digital potencializa o alcance do marketing, tanto para o bem quanto para o mal, e acrescenta valor ao marketing bem feito, enriquecendo-o.

Podemos falar de estratégias digitais de marketing, que são as que usam plataformas e tecnologias digitais, envolvendo um ou mais dos 4Ps, para alcançar os objetivos de marketing. Como o ser humano ainda vive no ambiente tradicional de marketing além do digital, necessitando de produtos materiais também, em mercados

tradicionais físicos, passando por outdoors, lendo revistas, ouvindo rádio, um plano de marketing que envolva estratégias digitais de marketing, associadas a estratégias tradicionais, tende a ser mais bem-sucedido, pois engloba as dimensões material e digital em que vive o ser humano.

Com as diversas mídias sociais, os eleitores estão em contato constante com os candidatos. Este fato resulta da revolução tecnológica que, com tablets e smartphones, coloca o mundo nas mãos do eleitor, e tem como consequência uma revolução ao nível do marketing e da forma como as equipes de marketing comunicam aos eleitores. Devido a este fenômeno, os candidatos têm percebido que as técnicas de marketing tradicionais estão tornando-se cada vez menos eficazes e dispendiosas, isto porque a segmentação no marketing "tradicional" é muito menos eficaz e a medição do impacto não é imediata, o que acontece com o marketing digital e, principalmente, com o marketing das mídias sociais.

Os candidatos já não conseguem controlar nem a sua comunicação nem o que se diz sobre elas nas redes sociais. O eleitor assumiu o controle e é participativo em todo o processo de comunicação, chegando mesmo ao ponto de os candidatos terem que apresentar conteúdos relevantes, pertinentes e adequados aos desejos e necessidades dos eleitores de forma a terem "permissão" de falar e para falar com eles e para eles.

Não é possível afirmar categoricamente que os candidatos possam ser eleitos por sua campanha online. Mas é inegável que o uso da internet e das mídias sociais nas eleições têm um papel importante na escolha do candidato.

3. PERCURSO METODOLÓGICO

Essa dissertação pretende responder à seguinte questão: De que modo as estratégias de marketing político do candidato ao governo da Paraíba, Cássio Cunha Lima (PSDB), se apropriam das mídias sociais facebook e twitter, entre os meses de agosto e outubro de 2014, para aproximar este político de seus eleitores? O objetivo geral é verificar de que forma as estratégias de marketing político são utilizadas nas mídias sociais de Cássio Cunha Lima e se essas estratégias evidenciam e/ou contribuem para, pela primeira vez em sua história política, o fracasso da campanha deste candidato, levando-o à derrota na eleição para governador da Paraíba em 2014.

Os objetivos específicos desta pesquisa são:

- ✓ Definir quais estratégias eleitorais e de marketing político serão analisadas nas mídias sociais de Cássio Cunha Lima;
- ✓ Traçar um perfil político de Cássio Cunha Lima a fim de entender como essas estratégias, utilizadas por ele, são definidas;
- ✓ Verificar, a partir dos dados coletados para análise, se as mídias sociais de Cássio Cunha Lima são utilizadas para mobilizar o eleitor online e/ou off-line;
- ✓ Observar se os perfis oficiais do candidato são utilizados para disseminar informação sobre a campanha.

Em 2010, as mídias sociais facebook e twitter foram utilizadas pela primeira vez, no Brasil, em campanhas eleitorais, conforme observado no trabalho de Pires (2013). A segunda experiência foi inserida na campanha de 2012, como foi analisado nos trabalhos de Ferreira (2013) e Bianchini (2013), por fim, as campanhas online foram utilizadas pela terceira vez nas eleições de 2014. Podemos dizer então que, depois de quatro anos, os candidatos à presidência, ao governo, ao senado e à Câmara dos Deputados tiveram uma nova oportunidade para utilizar esses dispositivos digitais.

Tendo por base a campanha de 2014, este trabalho investiga de que forma as estratégias de marketing político são utilizadas nas mídias sociais de Cássio Cunha Lima e se essas estratégias evidenciam o fracasso da campanha deste candidato. Desta forma, podemos dizer que a metodologia empregada para desenvolver esta pesquisa se divide em três partes: referencial bibliográfico, estudo de caso (traçando um perfil biográfico e

político do candidato em questão) e análise qualitativa e quantitativa do conteúdo coletado nas mídias sociais deste candidato.

3.1. Referencial Bibliográfico

Em se tratando de uma pesquisa exploratória e de abordagem qualitativa, temos por base os procedimentos para coleta de dados de uma pesquisa bibliográfica e documental. Segundo Lakatos e Marconi (1987, p. 66), a pesquisa bibliográfica trata-se do levantamento, seleção e documentação da bibliografia já publicada sobre o assunto que está sendo pesquisado, em livros, jornais, revistas, boletins, monografias, teses, dissertações, material cartográfico, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com o material já escrito sobre o mesmo.

Para Cervo e Bervian (1976, p. 69) qualquer tipo de pesquisa em qualquer área do conhecimento, supõe e exige pesquisa bibliográfica prévia, quer para o levantamento da situação em questão, quer para a fundamentação teórica ou ainda para justificar os limites e contribuições da própria pesquisa. Ressaltamos aqui os argumentos de Salvador (1986) sobre este tipo de pesquisa:

[...] feita em documentos escritos é chamada de pesquisa bibliográfica, quando se utiliza de fontes, isto é, documentos escritos originais primários; chama-se de consulta bibliográfica ou estudos exploratórios, quando se utiliza de subsídios, literatura corrente ou obras de autores modernos. Comumente, ambos os estudos são denominados simplesmente de pesquisa bibliográfica (SALVADOR, 1986, p. 10).

Assim, os autores supracitados afirmam que a pesquisa bibliográfica é um excelente meio de formação e juntamente com a técnica de resumo de assunto ou revisão de literatura, constitui, geralmente, o primeiro passo de toda pesquisa.

Utilizamos também elementos da pesquisa documental, uma vez que consultamos leis e normas sobre o objeto de estudo, além do twitter e facebook do candidato estudado.

A vasta literatura, nacional e internacional, disponível contribuiu para que fossem entendidos e discutidos os conceitos e as questões acerca do marketing político e da internet, contribuindo para a construção dos capítulos teóricos desta dissertação.

A análise das informações bibliográficas ou documentais foi procedida mediante o processo de leitura em três etapas distintas inter-relacionadas: leitura de reconhecimento e seletiva, reflexiva-crítica e a leitura interpretativa e explicativa, como sugere Salvador (1986). O mesmo foi feito com o material coletado nas mídias sociais. Na primeira fase, procuramos localizar as informações existentes realizando uma leitura de reconhecimento prévio em livros, artigos científicos e outros textos que tivessem relação com a

problemática de pesquisa. Em seguida, realizamos leitura seletiva das referências bibliográficas, selecionando as informações pertinentes ao problema focalizado. Após a localização e seleção dos textos, procedemos a análise crítica, elaborando uma síntese das várias ideias. A última etapa foi a interpretação, constatando e subtraindo as informações úteis como resposta ou solução a problemática da pesquisa.

3.2. Estudo de Caso

Além disso, foi utilizado o método do Estudo de Caso que é um método qualitativo, um modo de investigação empírica. Dentre outras, ele possui as quatro características essenciais do método enumeradas por Merriam (1988) citadas por Duarte (2011, p. 217): particularismo (o estudo está centrado em uma situação particular), descrição (o resultado final é uma descrição detalhada do assunto indagado), explicação (ajuda a compreender o que foi submetido à análise, descobrindo novos significados e visões antes despercebidas) e indução (os princípios e generalizações emergem a partir da análise de dados particulares, descobre novas relações entre elementos).

Encaixa-se nesse contexto também a definição de estudo de caso de Goode e Hatt (1979, p. 421 - 422), onde o estudo de caso é um método que olha para a realidade social: “ (...) não é uma técnica específica. É um meio de organizar dados sociais preservando o caráter unitário do objeto social estudado”. Essa abordagem considera qualquer unidade social como um todo.

Das técnicas utilizadas no estudo de caso, foi empregada para a análise a observação direta, que se deu a partir do monitoramento das mídias sociais facebook e twitter do candidato Cássio Cunha Lima. O período escolhido para o monitoramento destas mídias sociais foi entre os dias 24 de agosto e 28 de outubro de 2014. Devido ao grande período selecionado para o monitoramento das mídias sociais do candidato, fomos em busca de um programa que pudesse nos auxiliar na coleta desses dados. Encontramos o *Greenshot*, um programa que funciona como uma espécie de *printscreen*, capturando, de forma rápida e eficaz, uma página da web inteira, e que permite gerar imagens parciais ou completas desta página, acrescentar notas, entre outras funcionalidades. A coleta do material se deu apenas uma vez ao dia, no período da noite.

Também foi feito uso do método biográfico, visto que pretendeu-se elaborar um perfil biográfico e político do candidato estudado. Segundo Gobbi (2011, p. 90), também “chamadas de perfis, história de vida, ou autobiografias, essas narrativas devem mostrar o personagem real”.

3.3. Etnografia Virtual: análise qualitativa e quantitativa do conteúdo coletado nas mídias sociais

O método da etnografia virtual foi utilizado, pois estuda as práticas sociais na Internet e o significado destas para os participantes. Este método permite um estudo detalhado das relações nos espaços virtuais, de maneira que a Internet seja interface cotidiana da vida das pessoas e lugar de encontro que permite a formação de comunidades, grupos estáveis e a emergência de novas formas de sociabilidade. Estuda as experiências pessoais que emergem na comunicação mediada pelo computador, especialmente nos jogos de papéis a partir das observações de campo e entrevistas em profundidade realizadas na Internet.

Para Angrosino (2009), na etnografia virtual percebemos o que se passa num espaço virtual quase que da mesma forma que num espaço tradicional. A comunicação eletrônica se baseia na palavra escrita ou imagens.

O método etnográfico consiste na vivência prolongada num lugar, no qual o pesquisador compartilha plenamente a vida de uma comunidade ou grupo social. Nos espaços virtuais não conseguimos recolher todos os aspectos de uma vida em comum, já que o que nele ocorre são interações entre pessoas que entram e saem de ambientes virtuais e estão em contextos sociais diversos e em distintas conversas simultâneas.

O processo metodológico da etnografia virtual pode agrupar-se em quatro fases, dentro das quais se realizaram diversas atividades e procedimentos: a) aproximação dos elementos para a interpretação do fenômeno; b) identificação de categorias como ferramentas para as análises; c) análises dos resultados: identificação de padrões; d) interpretação de resultados e sínteses.

De acordo com Amaral, Frago e Recuero (2013), as peculiaridades do problema de pesquisa e do universo pesquisado, os objetivos que a pesquisa pretende alcançar e inclusive as condições disponíveis para a realização do trabalho são condicionantes fundamentais para a definição da amostragem. Em suas ponderações, elas afirmam que cabe ao pesquisador percorrer as possibilidades e procurar a melhor forma de construir uma amostra que responda às necessidades específicas de sua pesquisa e estar pronto para proceder as alterações e combinações necessárias para otimizar a possibilidade de atingir os objetivos de seu trabalho.

Desta forma, de acordo com as estratégias e critérios de amostragem adaptadas de Patton (2002), Huberman e Miles (1994), Rodrigues Osuna (1989) e Balnaves e Caputi

(2001) e expostas na tabela 1 de Amaral, Fragoso e Recuero (2013, p. 76 - 82), selecionamos a nossa amostra de acordo com os tipos:

- ✓ Intencionais
 - Máxima heterogeneidade – selecionam-se elementos de todas as variações previamente identificadas, de modo que toda a variedade do universo de pesquisa esteja representada na amostra;
 - Por critério – São selecionados os elementos que apresentam uma determinada característica ou critério pré-definido;
- ✓ Probabilísticas ou Intencionais
 - Agregada ou por conglomerados (*clusters*) – seleção a partir de grupos ou categorias previamente identificados, visando a heterogeneidade interna de cada conglomerado.

Para tanto, foram monitoradas as mídias sociais facebook e twitter do candidato, com o auxílio do programa de captura de imagens - *Greenshot*. No material coletado durante o monitoramento destas mídias sociais, foram identificadas e analisadas as estratégias de marketing político ali utilizadas. Dentre elas, optamos por trabalhar com duas que obtiveram maior destaque e dados satisfatórios para a análise que esta pesquisa propõe:

- ✓ Integração de conteúdo de outras mídias sociais
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagran
 - Youtube
- ✓ Adequação à gramática da plataforma
 - Postagens com imagens
 - Postagens com vídeos
 - Postagens com memes

Acreditamos que o Facebook e o Twitter foram utilizados como integradores da produção de conteúdo de outras mídias sociais. Para corroborar essa premissa, verificamos se houve a publicação de conteúdos gerados para outras mídias e qual foi a proporção dessas ocorrências no total de publicações.

A adequação à gramática da plataforma utilizada também foi um dos critérios contemplados neste esforço analítico. Para tanto, partimos de duas premissas: a primeira se baseou em um estudo desenvolvido pelo facebook, apontando que postagens com imagens e vídeos são mais bem recebidas pelo público⁴⁴. Assim, quantificaremos se publicações enriquecidas com imagens, áudio e/ou vídeos formaram a maior parte do que foi postado por esses candidatos. A segunda premissa teve como base que nas mídias sociais os conteúdos mais compartilhados seguem uma estética ou modelo surgido organicamente entre os usuários, que se espalha rapidamente e que permite reapropriações, os chamados memes (RECUERO, 2006; HENSON, 1994). Desta forma, verificamos se os memes foram utilizados pelo candidato e qual foi sua proporção ante o total de publicações.

A análise dos dados coletados se deu mediante a criação de categorias de análise pré-definidas, de acordo com as estratégias e critérios de amostragem citados anteriormente e com base na Grade Analítica desenvolvida por Gomes e equipe (2011) e modificada por Aggio e Reis (2013). São elas:

- ✓ Agenda
- ✓ Prestígio e Apoio
- ✓ Posicionamento
- ✓ Divulgação de Notícias
- ✓ Campanha Negativa
- ✓ Engajamento
- ✓ Propostas e Projetos
- ✓ Realizações Progressas

O período escolhido para o monitoramento do facebook e do twitter de Cássio Cunha Lima foi entre os dias 24 de agosto e 28 de outubro de 2014. A escolha desse período se justifica por comportar o período pré, durante e pós-eleição onde observou-se maior movimentação do candidato e de sua equipe de marketing nas mídias sociais selecionadas para análise. Vale ressaltar aqui que todo o conteúdo disponibilizado pelo candidato em suas mídias sociais foi documentado.

A metodologia empregada na análise dos casos selecionados é a quantitativa de análise de conteúdo, visto que a pesquisa busca trabalhar com um grande número de casos e se propõe a identificar padrões (Cervi, 2009) nas estratégias da campanha no Facebook

⁴⁴ Fonte: <https://www.facebook.com/help/405494409496261/>. Acesso em 15 de março de 2015.

e no Twitter do candidato. O número de posts publicados pelo candidato ao longo das 9 semanas de campanha indica se há diferenças ao longo do tempo ou se o nível de publicação se mantém homogêneo mesmo com a proximidade da data da eleição.

Sobre a estratégia de incentivo ao engajamento e mobilização *online*, foram encaixados todos os posts onde o candidato incentivava algum tipo de engajamento do leitor, desde o mais simples, como “acompanhe ao vivo e compartilhe” até aquelas mais engajadas como “mude sua foto e mostre seu apoio à nossa campanha”. Trata-se de postagens em que o objetivo é conquistar o eleitor e chamá-lo para engajar-se na campanha, atuando ou contribuindo de alguma forma.

Por outro lado, os posts que incentivavam algum tipo de engajamento fora da internet foram categorizados como “incentivo ao engajamento offline”. Alguns candidatos podem usar a rede social para pedir que os eleitores atuem como ‘líderes de opinião’ e ajudem a disseminar informações em outras esferas e até mesmo tentar convencer outras pessoas a votarem. Seguem alguns exemplos: “participe da caminhada junto com o candidato”; “no próximo domingo, vá vestido de verde e amarelo”; “transforme sua casa em um comitê do candidato”. Estes são incentivos feitos nas mídias sociais, mas que têm relação com o mundo off-line, ou seja, onde o internauta é chamado para atuar fora da internet. Apesar de tratarmos aqui de engajamento online e off-line, ele foi analisado como um todo, numa única categoria chamada “engajamento”.

Vale ressaltar que como grande parte das postagens era híbrida, ou seja, apresentava mais de um elemento – como foto e texto; texto e vídeo, texto e áudio; texto e memes –, foi considerada a peça como um todo para fins de análise. Isso significa que o conteúdo do texto e vídeo, por exemplo, foram levados em consideração no momento de categorizá-lo, de maneira conjunta. Passa-se agora à apresentação e discussão dos dados.

4. ELEIÇÕES 2014: ESTRATÉGIAS UTILIZADAS NO FACEBOOK E TWITTER DE CÁSSIO CUNHA LIMA (PSDB/PB)

Como apresentado, a primeira pergunta a que este trabalho busca responder é se as estratégias utilizadas nas mídias sociais de Cássio Cunha Lima evidenciaram o fracasso da campanha deste candidato, levando-o à derrota na eleição para governador da Paraíba em 2014. Para tanto, foram analisados os perfis deste político nas mídias sociais facebook e twitter. Antes de partirmos para análise dos dados e conclusões desta pesquisa, faz-se necessária uma breve contextualização sobre Cássio Cunha Lima, o principal adversário de Cássio no pleito ao governo da Paraíba – Ricardo Coutinho, e o cenário eleitoral paraibano para as eleições de 2014.

4.1. Quem é Cássio Cunha Lima?

Cássio Rodrigues da Cunha Lima nasceu em berço político. O pai, Ronaldo José da Cunha Lima, iniciou sua carreira política na década de 1960, como vereador de Campina Grande pelo PTB.

Formado em Direito pelo Centro de Ciências Jurídicas (CCJ) da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Cássio iniciou a sua trajetória política como representante dos estudantes secundaristas na luta pela anistia. Foi diretor do Centro Acadêmico de Direito da UFPB e presidente do Centro Acadêmico de Direito Sobral Pinto, da UEPB.

Ao ser eleito como deputado federal⁴⁵ (93.236 votos) constituinte pelo PMDB em 1986, aos 23 anos, Cássio Cunha Lima iniciou sua carreira na política, de fato.

Foi eleito prefeito de Campina Grande – PB, pela primeira vez em 1988 com 52,3% (53.720) dos votos, mas em 1992 renunciou ao mandato de prefeito para ser superintendente da Sudene (de 1992 a 1994). Em 1994 foi, pela segunda vez, eleito deputado federal com 157.609 votos (16,4% do total) e foi vice-líder do partido (PMDB) na Câmara. Em 1996, é eleito pela segunda vez prefeito de Campina Grande com 48,30% (72.185) dos votos. Já em 2000, quando foi eleito prefeito de Campina Grande pela terceira vez, Cássio obteve 71,35% (122.718) dos votos e, em 2001, desfilou-se do PMDB e ingressou no PSDB, onde permanece até a atualidade. Em 2002, Cássio foi eleito governador da Paraíba com 51,35% dos votos (889.922 votos) e se reelegeu em 2006 com mais de um milhão de votos (51,35%).

⁴⁵ Na época, um dos mais jovens deputados do país.

De 2007 a 2009, Cássio passou por diversos processos de cassação devido à lei da Ficha Limpa⁴⁶, mas só teve seu mandato cassado em definitivo em 17 de fevereiro de 2009.

Apesar da cassação, se elegeu, em 2010, Senador da República com mais de um milhão de votos, mas ficou impossibilitado de assumir o cargo de imediato. Só em março de 2011 conseguiu o direito de assumir o Senado Federal, porém só foi empossado em 8 de novembro de 2011, após ter que enfrentar vários trâmites jurídicos.

Em 2012 foi indicado pelo PSDB para compor a CPMI do Cachoeira e, em pouco mais de seis meses no Senado, foi indicado pelo DIAP⁴⁷ como um dos parlamentares brasileiros em ascensão. Em 2013, é considerado pelo DIAP como um dos 100 parlamentares mais influentes do Congresso.

Por fim, em 2014, candidata-se para mais um mandato de governador da Paraíba pelo PSDB. Durante a campanha, é considerado como franco favorito para vencer a eleição, onde lidera a maioria das pesquisas e na qual termina o primeiro turno como o candidato mais votado, mas é derrotado no segundo turno pelo ex aliado político e governador candidato à reeleição Ricardo Coutinho do PSB, que é reeleito com 52,61% dos votos contra seus 47,39%, uma desvantagem de cerca de 111 mil votos, sofrendo assim, a sua primeira grande derrota eleitoral em toda a sua trajetória política.

4.2.E Ricardo Coutinho?

Ricardo Vieira Coutinho, nasceu em João Pessoa, capital da Paraíba, no dia 18 de novembro de 1960. Filho de Coriolano Coutinho (agricultor) e Natércia Vieira (costureira) e pai de Ricardo Filho "Rico" e Henri Bório.

Em 1978, ingressa no curso de Farmácia na UFPB, período final da ditadura militar em que reaparecem os movimentos estudantis e que ocasiona o seu interesse por política. Ajuda na reabertura Centro Acadêmico de Farmácia da UFPB em 1980, tornando-se, posteriormente, presidente do mesmo. Quando já formado, conquista, via concurso público, uma vaga de farmacêutico no Hospital Universitário da capital paraibana. Neste período passou a ter contato com a Associação dos Funcionários da Universidade Federal da Paraíba, que foi o embrião do Sintes-PB.

⁴⁶ Foi condenado por abuso de poder político e teve seu mandato como governador cassado. Ele foi condenado por, segundo a justiça, ter realizado um programa de assistência social sem lei específica, versão que ele sempre contestou.

⁴⁷ Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar.

Aos 24 anos, em 1984, começa a especialização para farmacêuticos de Hospitais Universitários, oferecida pelo Ministério Público em todo o país, no Rio de Janeiro. No Rio de Janeiro, teve a oportunidade de participar de um comício das Diretas Já, na Candelária. Ainda no Rio, começou a militar nos movimentos sindicais, participou intensamente dos movimentos em torno da criação da Central Única dos Trabalhadores.

Volta à Paraíba em 1985 e implanta a modernização da farmácia hospitalar na UFPB. Ainda neste ano, assume a presidência do Sindicato dos Farmacêuticos. Com a finalidade de juntar todas as categorias de saúde, funda o SindSaúde em 1990. Ainda na década de 1990, torna-se dirigente da Central Única dos Trabalhadores e se candidata a deputado estadual pelo PT.

Na eleição para deputado estadual em 1990, não houve a menor chance de vitória, apesar disso sua votação surpreendeu, pois, com 1.934 votos, obteve a oitava suplência da coligação. Dois anos depois, Ricardo é eleito vereador em João Pessoa pela primeira vez. Em 1994, faz uma nova tentativa na disputa para deputado estadual, mas não consegue se eleger novamente. Desta vez alcança a quarta suplência da coligação com 6.353 votos. Mais dois anos se passam e Ricardo é reeleito vereador em João Pessoa com o maior número de votos do pleito.

Finalmente, em 1998, se elege deputado estadual com mais de 25 mil votos e como o mais bem votado em João Pessoa. É reeleito em 2002 com quase 50 mil votos e como o candidato mais votado do pleito. Durante a passagem pela Assembleia Legislativa, torna-se líder da oposição e presidente da Comissão de Saúde.

Após problemas internos no PT, Ricardo Coutinho ingressa no PSB em 2003. Um ano depois é eleito prefeito de João Pessoa no primeiro turno com cerca de 64% dos votos. Em 2008 é reeleito prefeito da capital paraibana com mais de 70% dos votos.

Em 31 de março de 2010, Ricardo Coutinho renuncia ao cargo de prefeito de João Pessoa para disputar as eleições estaduais como candidato a governador com o apoio de lideranças, a exemplo de Cássio Cunha Lima, ex governador da Paraíba. Após uma disputa acirrada com o então governador, José Maranhão, Ricardo é eleito no segundo turno com cerca de 53% dos votos. Em 2014, rompe politicamente com Cássio Cunha Lima para pleitear a reeleição ao governo da Paraíba. Finaliza o primeiro turno com uma desvantagem de cerca de 28 mil votos em relação a Cássio, porém, no segundo turno, se reelege governador da Paraíba com mais de 111 mil votos de vantagem em relação ao candidato do PSDB, Cássio Cunha Lima.

É importante citar aqui que, em 2014, Ricardo Coutinho foi o único integrante do PSB que apoiou a candidatura de Dilma Rousseff à presidência do Brasil.

4.3.Contexto eleitoral paraibano em 2014

Com o início do ano eleitoral, a dúvida quanto à candidatura do senador Cássio Cunha Lima ao governo do estado da Paraíba ganhou destaque.

Para entender a conjuntura política que abrange as eleições na Paraíba, em 2014, precisamos compreender que a posição de Cássio Cunha Lima, no governo de Ricardo Coutinho (PSB), era de desprestígio, pois eles haviam rompido politicamente. Além disso, o tucano vinha sofrendo grande pressão do PSDB nacional, que precisava ampliar o palanque do presidenciável Aécio Neves, na tentativa de conter a força da então presidente Dilma Rousseff (PT) no Nordeste.

Apesar do desprestígio e da pressão que vinha sofrendo, a candidatura de Cássio Cunha Lima ao governo da Paraíba representava a garantia de um segundo turno, uma vez que ele possui grande aceitação do povo, tendo por base já ter sido bem votado em todos os municípios do estado⁴⁸. Porém, mesmo chegando em primeiro, Cássio Cunha Lima dificilmente levaria o pleito no primeiro turno, o que colocava a disputa em risco no segundo turno, caso não conseguisse uma maioria folgada em relação ao segundo colocado.

Em outras palavras, Ricardo Coutinho seria capaz de votar e se articular em favor do seu adversário para se vingar da traição⁴⁹, no segundo turno, ou articular todos os demais grupos derrotados em seu favor, se o classificado para decidir o pleito com ele fosse Cássio Cunha Lima.

O fato de “trair” Ricardo Coutinho depois de três anos de aliança deixaria Cássio órfão de discurso junto ao eleitorado paraibano, que, ao mesmo tempo, entraria em debate sobre: “por que até ontem Ricardo Coutinho prestava e hoje não presta mais?”, ainda que fosse de conhecimento geral que a aliança entre Cássio Cunha Lima e Ricardo Coutinho não foi um fato fidedigno, mas circunstancial, pois foi formada em meio a um cenário de

⁴⁸ Disponível em: < http://www.maispatos.com/coluna/genival_junior/2014-a5975.html>. Acesso em 14 de julho de 2015.

⁴⁹ O termo traição aqui se refere ao abandono do apoio de Cássio Cunha Lima à candidatura de Ricardo Coutinho para reeleição como governador em 2014. Cássio retirou o apoio à candidatura de Ricardo em prol da própria candidatura ao governo da Paraíba.

vingança política existente nas eleições de 2010, cujo objetivo era derrotar o então governador José Maranhão⁵⁰(PMDB).

Cabe aqui ainda o fato de que Cássio Cunha Lima seria um candidato de oposição, e sem a máquina na mão para montar politicamente a sua campanha (a exemplo do que tinha nas campanhas anteriores), perderia um pouco de espaço no campo das articulações de apoios. Em contrapartida, a relação de Ricardo Coutinho com sua base foi um tanto conturbada, mas sempre ao seu estilo, não permitindo ele que ninguém passasse por suas determinações, nem mesmo Cássio. Dessa forma, aconteceram fatos incomuns na história política da Paraíba, que foi deputados governistas votarem contra os interesses do governador, ajudando a derrotá-lo, fato que não ocorria nos governos de José Maranhão e de Cássio Cunha Lima, onde quem era da base de apoio, sempre acompanhava os interesses do governo. Ricardo Coutinho tentaria então manter a aliança para o executivo, em meio a uma série de interesses paralelos de partidos e lideranças políticas no estado.

Cássio Cunha Lima não teria a necessidade de ser candidato, pois está garantido no mandato de senador até 2018. Evitando, com isso, o risco de uma derrota nas urnas, fato nunca ocorrido em sua história política na Paraíba até então.

Além disso, havia ainda a necessidade de uma certeza jurídica em relação ao fim de seu processo⁵¹ e qual o entendimento da Justiça Eleitoral, para assegurar a legitimidade de seu mandato, caso saísse vitorioso nas urnas.

A necessidade dessa certeza jurídica se deu a partir do pedido de impugnação da candidatura de Cássio Cunha Lima, feito no dia 14 de julho de 2014 por parte da Procuradoria Regional Eleitoral da Paraíba (PRE-PB). A impugnação foi solicitada devido a “representação julgada procedente, reconhecendo a prática do abuso de poder político e econômico, bem como de conduta vedada, por parte do TRE/PB, no âmbito das RPs nº 215 (FAC) e nº 251 (A UNIÃO)”⁵².

Em 04 de agosto de 2014, a candidatura do senador Cássio Cunha Lima foi deferida, em julgamento pelo Tribunal Regional Eleitoral da Paraíba (TRE-PB), por cinco votos a um. A discussão se deu sobre o início do período de inelegibilidade do candidato. A acusação defendeu o fato de que Cássio foi eleito no segundo turno da eleição de 2006,

⁵⁰ Candidato que concorreu contra Cássio ao governo da Paraíba em 2006 e que assumiu o seu lugar de governador quando Cássio foi cassado em 2009.

⁵¹ Teve o mandato cassado em 2006 e precisava ter a certeza de que não estaria enquadrado na Lei da Ficha Limpa.

⁵²PRE-PB. Lista de Candidaturas Impugnadas. Disponível em: http://www.prb.mp.br/news/1docs/PREPBListadeCandidaturasImpugnadas_14_07_14.pdf. Acesso em 16 de julho de 2014.

assim o prazo de inelegibilidade se encerraria apenas em 29 de outubro. Já a defesa argumentou que as condições de elegibilidade e inelegibilidade são aferidas para o primeiro turno, porque é nele que começa o processo da eleição e, desta forma, a data que deveria ser levada em consideração seria a do primeiro turno da eleição de 2006, 01 de outubro, pois na prática o segundo turno não se trata de uma nova eleição. O relator do processo, o juiz federal Rudival Gama, o corregedor Tércio Chaves e os juízes Silvio Porto, Breno Wanderley e Eduardo José Soares, votaram a favor da defesa. Já o desembargador João Alves da Silva votou a favor da acusação.

Com o TRE tendo liberado a candidatura do parlamentar, o Ministério Público (MP) e a coligação “A Força do Trabalho”, encabeçada pelo governador e candidato à reeleição Ricardo Coutinho, apresentaram recurso ao TSE.

Na noite de 11 de setembro de 2014, o presidente do TSE, Dias Toffoli, argumentou que

a sanção inicial era de três anos de inelegibilidade. O que importa é o desvalor da conduta e não o prazo fixado. Deve valer o primeiro turno como referência. Se não, traríamos situação de regimes diferenciados para uma mesma eleição. Não podemos dar murros contra a lógica. Ele [Cássio Cunha Lima] tem mandato [de senador] até 2018 e o fato [referente à condenação] ocorreu antes de 2010, quando ele foi eleito senador⁵³. Então teríamos que cassar o mandato de senador, o que é impossível. (TSE, 2014)

O relator do recurso, o ministro Gilmar Mendes votou pela manutenção da candidatura do tucano e foi acompanhado por Dias Toffoli, João Otávio de Noronha e Tarcísio Vieira, formando uma maioria que decidia rejeitar o recurso contra a candidatura do senador Cássio Cunha Lima ao governo da Paraíba. Porém a ministra Luciana Lóssio pediu vista (mais tempo para analisar) e foi acompanhada nessa decisão por Rosa Weber e Maria Thereza Moura, fazendo com que o julgamento fosse suspenso e que, quando retomado, quem já havia se manifestado poderia mudar o voto.

No julgamento, que foi retomado no dia 16 de setembro, seis dos sete ministros da Corte optaram por rejeitar o recurso contra a decisão do TRE-PB, que já havia liberado o senador para concorrer nas Eleições 2014. O relator do recurso, Gilmar Mendes, e os ministros Dias Toffoli, João Otávio Noronha e Tarcísio Vieira Carvalho mantiveram os votos dados na sessão do dia 11 de setembro. Após análise do processo, a ministra Luciana Lóssio e o ministro Luiz Fux optaram por seguir o entendimento do relator. Apenas a ministra Maria Thereza de Assis Moura votou pela inelegibilidade de Cássio

⁵³ Por decisão judicial, Cássio Cunha Lima não concluiu o mandato de governador e disputou vaga no Senado porque a lei da Ficha Limpa não foi aplicada nas eleições de 2010.

Cunha Lima. Desta forma, o TSE confirmou, por maioria, que o senador Cássio Cunha Lima estaria elegível e, conseqüentemente, apto a concorrer nas eleições ao governo da Paraíba em 2014.

Com a decisão do TSE em manter Cássio Cunha Lima elegível, as atenções voltaram-se novamente para o eleitorado e para a definição de apoio. Tendo em vista que as cidades de João Pessoa, Campina Grande, Santa Rita, Bayeux, Patos, Sousa, Cajazeiras, Guarabira, Sapé e Cabedelo aglutinam 44, 66% do eleitorado paraibano, elas teriam o poder de definir uma eleição. Desta forma, as atenções dos candidatos se voltaram para elas, pois quem tivesse mais força política nesses municípios iniciaria a disputa com grandes chances de chegar ao Palácio da Redenção.

Em entrevista ao site de notícias *parlamentopb*, Jalder Reis disse acreditar que a Paraíba está dividida em cinco áreas eleitorais: João Pessoa e Campina Grande, municípios médios (Bayeux, Santa Rita e Cabedelo), cidades do Brejo (Guarabira, Sapé), do Sertão (Patos, Sousa e Cajazeiras) e municípios de menos de 30 mil eleitores. Ele ainda declarou que “nestes municípios estão enraizados dois blocos que disputam o poder político local, sendo muito difícil fugir desta polarização. Nas eleições estaduais, estes grupos se alinham, em geral, à candidatura do governo e da oposição. Com certeza, este tipo de alinhamento acontecerá em 2014”.

Em se tratando de apoio político, a definição deste dependeria das candidaturas à presidência. Segundo Maurício Romão, também em entrevista ao site de notícias *parlamentopb*, se o presidente do PSB e então governador de Pernambuco, o falecido Eduardo Campos, fosse candidato a presidente, fortaleceria ainda mais a postulação de Ricardo Coutinho, mas poderia abrir espaço para a polarização entre o PSDB e o PT. De acordo com ele

o grupo PT, PP e PSC, certamente, terá candidato, até para fazer palanque para Dilma. O PSB se cacifa mais com Campos na disputa. Mas depende de como o eleitorado paraibano percebe seu governo. Se tiver uma boa avaliação, ele tende a sair na frente. O PSDB precisa dar palanque a Aécio Neves. A questão é se terá candidato competitivo.

Ainda de acordo com Romão, este também seria o problema do PMDB, pois “Sem renovação, tende a ter participação menos influente em 2014. PMDB e PSDB saindo com os mesmos candidatos de sempre causam o que se convencionou chamar de fadiga de material”.

Deve-se ressaltar que das 13 eleições realizadas para governador da Paraíba entre 1947 e 2010, em 12 delas foram eleitos os candidatos mais votados no município de

Campina Grande. A única exceção ocorreu na disputa entre Wilson Braga (PDS) e Antônio Mariz (PMDB), em 1982. Braga foi o menos votado nos dois maiores colégios eleitorais (João Pessoa e Campina Grande), mas mesmo assim foi eleito. Em 2014, a exceção se repetiu, já que Cássio Cunha Lima foi mais bem votado do que Ricardo Coutinho em Campina Grande, mas perdeu a eleição. Em João Pessoa, ele obteve uma vantagem de 90.624 votos sobre Cássio.

Em 2010, contrariando todas as pesquisas, Ricardo Coutinho venceu o primeiro turno da eleição para governador da Paraíba contra José Maranhão (PMDB), que era tido como favorito. Campina Grande e João Pessoa foram decisivas para que Ricardo fosse para o segundo turno e, assim, eleito governador.

Pré-candidato natural à reeleição, Ricardo Coutinho declarou em diversas entrevistas que seu governo não é pautado no número de eleitores das cidades. O socialista disse acreditar que não pode haver distinção entre as regiões e que o tratamento deve ser igualitário tanto nos investimentos, como na campanha política. Em entrevista ao site *parlamentospb*, ele afirmou que seu governo é pautado na dignidade, necessidade e no respeito às pessoas. Por fim, declarou que essa postura teria desdobramentos na eleição de 2014: “Eu acho que as pessoas vão perceber que, enfim, somos um governo que olha para o Estado como um todo e sem discriminar ninguém devido a cor partidária”.

Protagonizando uma das disputas mais acirradas do país⁵⁴, Ricardo Coutinho, atual governador, e Cássio Cunha Lima concorreram ao cargo de governador da Paraíba. Contrariando grande parte das pesquisas de opinião, mais uma vez, Ricardo Coutinho saiu vitorioso com 52,61% dos votos, enquanto Cássio Cunha Lima obteve 47,39% dos votos e foi derrotado.

A partir do entendimento do cenário político desta eleição, podemos observar como foi feito o uso das fanpages. Para tanto, analisamos as postagens do candidato.

4.4.Dados e Análise

Ainda que o uso das redes sociais não substitua o papel do financiamento das campanhas e tampouco o uso da televisão como meio de maior expressão, tanto a pesquisa de Aggio e Reis (2013) quanto de Braga e Becher (2013) identificaram que o Facebook foi a rede digital mais utilizada nas campanhas de 2012 – em âmbito proporcional e

⁵⁴ De acordo com o site de notícias <http://www.cartacapital.com.br/blogs/carta-nas-eleicoes/ricardo-coutinho-derrota-cassio-cunha-lima-na-paraiba-4306.html>. Acesso em 04 de abril de 2015.

majoritário. Ressalta-se, porém, que apesar da sua centralidade, o uso intenso da internet não assegura, necessariamente, bons resultados no pleito (Braga e Becher, 2013).

A primeira informação fornecida nesta análise diz respeito à quantidade total de postagens feita pelo candidato de maneira agregada. Por meio desses dados longitudinais tem-se um panorama do número de postagens realizadas ao longo das 9 semanas de campanha selecionadas para esta pesquisa.

	Facebook	Twitter
Total de postagens (707)	647	60

Tabela 1 – Total de Postagens nos perfis oficiais do candidato

Entre os dias 24 de agosto e 28 de outubro de 2014, período selecionado para análise dos dados desta pesquisa, foram realizadas 647 postagens na mídia social facebook. Em primeiro lugar, observou-se o fato de haver uma maior concentração de postagens na fase inicial da campanha.

Assim como Aggio e Reis (2013), acreditamos que um fato que explica essa concentração de postagens na fase inicial do pleito é o fato de o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) ter se iniciado em 19 de agosto. Entendemos ainda que, como esta é a principal ferramenta de comunicação eleitoral e marca o momento da política para os eleitores, pode ter feito parte da estratégia de campanha deste candidato potencializar o uso dos outros instrumentos de comunicação, inclusive as fanpages, após o início do HGPE. Bor (2013) salienta esta importância das mídias enquanto fonte de informação e os dados mostram que elas também aumentam a quantidade de informação disponível.

Além disso, podemos atribuir esse aumento de postagens na fase inicial da campanha tanto à proximidade do dia da votação que, devido o acirramento natural dos ânimos, pode ter motivado um uso mais intenso dos instrumentos disponíveis para comunicação eleitoral, quanto ao tempo disponível. No período de recorte selecionado para esta pesquisa tivemos um primeiro turno composto de 42 dias, enquanto que o segundo turno foi composto por apenas 22 dias.

Porém, não acreditamos que a ausência de tempo no segundo turno seja um fator que justifique essa redução de postagens, pois entendemos que esse deveria ser o período de maior engajamento da equipe de marketing deste candidato nos perfis oficiais dele.

Dentro da lógica de gerenciamento de mídias sociais, onde temos que, de acordo com Alberto Valle (2012), a ideia da mídia social é criar um canal de comunicação rápido, fácil e barato para que o candidato possa dialogar com os seus eleitores, podemos observar que, apesar de não parecer, houve proporcionalmente um aumento na porcentagem de postagens no segundo turno em relação ao primeiro turno, no facebook. Aumento esse que pode ser observado nos cálculos apresentados abaixo:

✓ **Total de postagens do 2º turno proporcional ao total do 1º turno**

$$\begin{array}{r} \text{(Total de postagens no 1º turno)} \quad 367 \text{ ———— } 42 \text{ (Total de dias do 1º turno)} \\ X \text{ ———— } 22 \text{ (Total de dias do 2º turno)} \\ X = 192,24 \text{ postagens} \end{array}$$

✓ **Total de postagens do 1º turno proporcional ao total do 2º turno**

$$\begin{array}{r} X \text{ ———— } 42 \text{ (Total de dias do 1º turno)} \\ \text{(Total de postagens no 2º turno)} \quad 280 \text{ ———— } 22 \text{ (Total de dias do 2º turno)} \\ X = 534,54 \text{ postagens} \end{array}$$

✓ **Percentual de postagens adicionais do 2º turno em relação ao 1º turno**

$$\begin{array}{r} 534,54 \text{ (Total de postagens do 1º turno proporcional ao total do 2º turno)} \\ - 367,00 \text{ (Total de postagens do 1º turno)} \\ \hline 167,54 \quad 367 \text{ (Total de postagens do 1º turno)} \\ 0,46 \\ \underline{\times 100} \\ 046,00 = 46\% \end{array}$$

Observou-se que houve uma tendência de crescimento proporcional no número de postagens ao longo do tempo, o que tem relação com o aumento da necessidade de informação por parte do eleitorado para decidir o voto e da possibilidade que os candidatos possuem de disputarem espaço com os oponentes, também na esfera online, no período mais decisivo que são as últimas semanas.

Dessa forma, concluiu-se que, apesar da diferença de tempo que a equipe teve para se engajar nas postagens dos perfis oficiais do candidato, o segundo turno teve um

✓ **Percentual de postagens reduzidas do 2º turno em relação ao 1º turno**

$$\begin{array}{r}
 24,09 \text{ (Total de postagens do 1º turno proporcional ao total do 2º turno)} \\
 - 46,00 \text{ (Total de postagens do 1º turno)} \\
 \hline
 - 21,91 \quad \underline{46} \text{ (Total de postagens do 1º turno)} \\
 \quad \quad \quad -0,48 \\
 \quad \quad \quad \underline{\times 100} \\
 \quad \quad \quad 048,00 = - 48\%
 \end{array}$$

Nesse caso, observamos uma redução no percentual proporcional das postagens do segundo turno em relação às do primeiro turno. Houve uma queda proporcional de 48% na quantidade de postagens.

Na nossa visão e de acordo com os dados apresentados nessa pesquisa, não foi um fator que prejudicou a campanha como um todo. Porém, essa falta de engajamento no twitter nos levou a supor que a equipe de marketing do candidato, mesmo tendo sido responsável por boas estratégias em determinados momentos, como no desempenho das postagens no facebook, na reta final apresentou traços de amadorismo no que se propunha a fazer nas mídias sociais dele, pois, mesmo que a equipe tenha observado que o facebook estivesse obtendo maior visibilidade, não justifica a falta de engajamento nessa mídia social. Um fato que pode corroborar o nosso pensamento é o de que na mídia social twitter, observou-se uma redução no número de postagens em relação ao facebook, totalizando 60 postagens, enquanto que o facebook totalizou 647 postagens para o mesmo período de recorte da pesquisa. Enquanto deveria observar-se certo equilíbrio nas postagens dessas mídias, o que se observa é uma disparidade na quantidade dessas postagens, uma redução de cerca de 83,02%. Além disso, observou-se que o twitter, durante grande parte da campanha, foi utilizado como repositório do instagram.

Abaixo expomos, em gráfico, o aumento e a redução de postagens no facebook e no twitter, respectivamente, do primeiro para o segundo turno, discutida anteriormente.

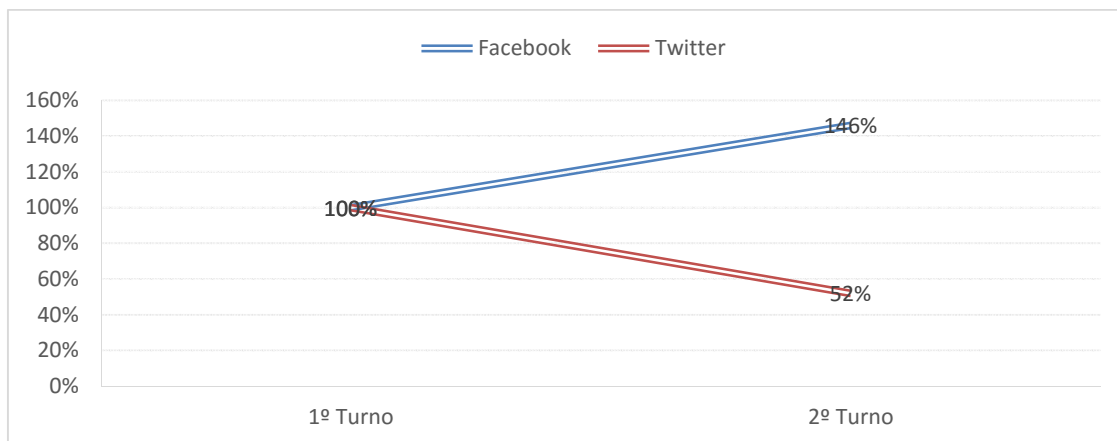


Gráfico 1 – Evolução no volume de postagens por turno da eleição

De modo geral, podemos observar que o uso do facebook é o mais intensificado ao longo do tempo, o que o torna a ferramenta mais relevante neste cenário, seja pelo aumento do número de seguidores ou pelo fortalecimento da ferramenta ao lado das demais formas da campanha. O gráfico e as tabelas mostrados até aqui indicam que esta mídia social cresce em importância conforme a campanha se desenvolve. No entanto, além de observar a quantidade de postagens, é preciso observar para que tal espaço é utilizado, sabendo-se que o mesmo incorpora a propaganda dos candidatos. Há estratégias que são empregadas nesses conteúdos publicados, a fim de convencer o eleitor, assim como se dá na televisão, no rádio e nas formas tradicionais de campanha eleitoral. O quadro a seguir apresenta de maneira consolidada os tipos de postagens realizadas pelo candidato durante o pleito de 2014.

	Facebook			Twitter		
	1º Turno	2º Turno	Média Total	1º Turno	2º Turno	Média Total
Agenda	10,42%	5,13%	7,77%	6,66%	3,33%	4,99%
Prestígio e Apoio	2,95%	7,15%	5,05%	16,66%	8,33%	12,49%
Posicionamento	0,00%	1,24%	0,62%	0,00%	1,66%	0,83%
Notícias e Informações	3,89%	1,71%	2,80%	5,00%	0,00%	2,50%
Campanha Negativa	6,69%	5,29%	5,99%	0,00%	0,00%	0,00%
Engajamento	15,55%	12,44%	13,99%	46,66%	10,00%	28,33%
Propostas e Projetos	7,93%	7,46%	7,69%	0,00%	0,00%	0,00%
Realizações Progressas	6,84%	1,87%	4,35%	0,00%	0,00%	0,00%

Tabela 2 – Distribuição das postagens nos perfis oficiais de acordo com as categorias de análise

Referindo-se ao tipo de conteúdo publicado, no facebook podemos identificar um padrão em que predominam as postagens de agenda, engajamento e propostas e projetos. Da mesma forma, chama a atenção o baixo volume de postagens que estavam relacionadas ao posicionamento, às realizações pregressas e à divulgação de notícias e informações.

No twitter, a predominância de postagens se deu nas categorias de engajamento e prestígio e apoio. Nesta mesma mídia social, o baixo volume de postagens foi relacionado as categorias que faziam campanha negativa, as das realizações pregressas e as que traziam propostas e projetos. Apesar do padrão, há diferenças na distribuição se avaliarmos cada categoria.

Neste momento, faz-se necessária a exposição de parte dos dados colhidos nas páginas oficiais do candidato, mostrando o que foi considerado como parte de cada categoria de análise.

✓ Agenda

- Nesta categoria, foi levado em consideração as postagens em que eram divulgados os compromissos do candidato, conforme exposto abaixo.

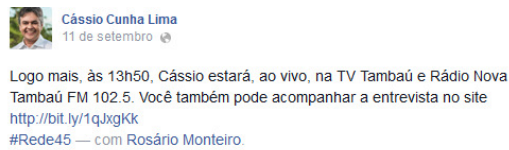


Figura 3 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘agenda’



Figura 4 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘agenda’



Figura 5 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘agenda’

✓ Prestígio e Apoio

- Para essa categoria levamos em consideração as postagens em que apareciam pessoas comuns ou políticos desmentindo história acerca do candidato em questão, ou apenas demonstrando apoio pessoal e/ou político ao candidato.



Figura 6 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘prestígio e apoio’



Figura 7 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘prestígio e apoio’



Figura 8 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘prestígio e apoio’

✓ Posicionamento

- Neste caso, tomamos por base o posicionamento do candidato em relação a outros políticos. Em seus perfis oficiais, analisados nesta pesquisa, só foi observado demonstrações de apoio ao candidato à presidência da república, Aécio Neves (PSDB).



Figura 9 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘prestígio e apoio’



Figura 10 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘prestígio e apoio’



Figura 11 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘prestígio e apoio’

✓ Notícias e Informações

- Para essa categoria, consideramos as postagens em que eram divulgadas notícias ou informações acerca do candidato, como por exemplo o deferimento ou não de sua candidatura; de compromissos em que ele se fez presente, de seu desempenho em debates e entrevistas e também do Jornal 45, que era exibido em seu canal do Youtube nas segundas, quartas e sextas após o HGPE.



Figura 12 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘notícias e informações’



Figura 13 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘notícias e informações’

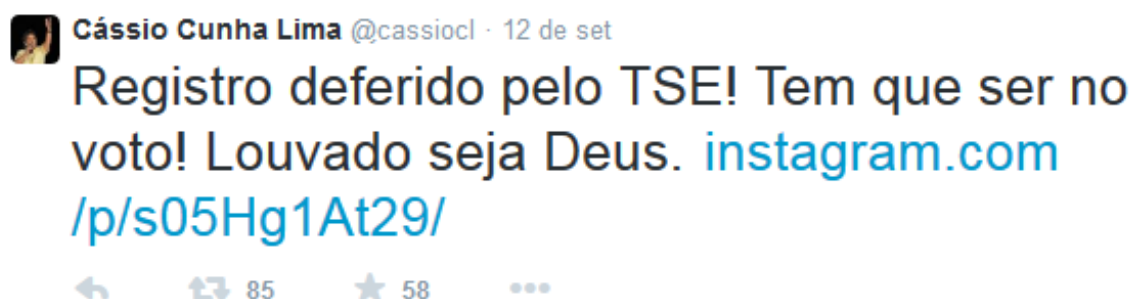


Figura 14 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘notícias e informações’

✓ Campanha Negativa

- Nesta categoria, foram consideradas as críticas e denúncias apresentadas sobre o governo de Ricardo Coutinho, atual governador (reeleito em 2014). Através das análises, observamos que houve a criação de um “selo de incompetência girassol” que eles incorporavam às imagens divulgadas, como mostra o exemplo da figura 15.

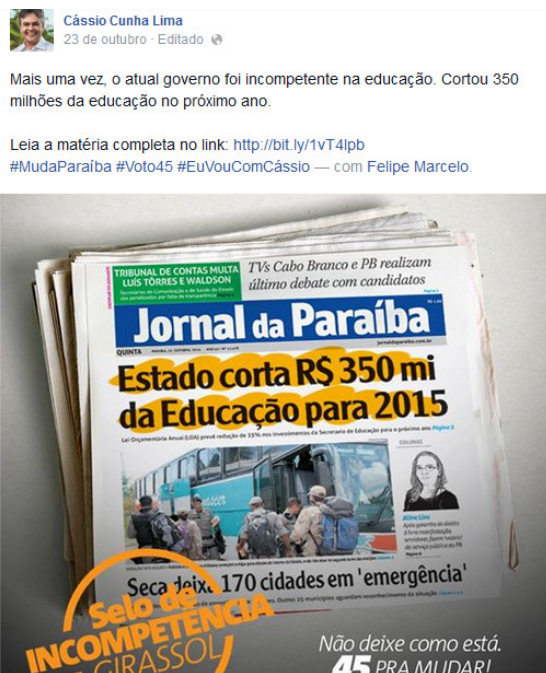


Figura 15 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘campanha negativa’



Figura 16 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘campanha negativa’



Figura 17 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘campanha negativa’

✓ Engajamento

- Aqui, optamos por considerar parte da categoria as ações que mostravam interesse em interagir com o eleitor e, conseqüentemente, que o eleitor interagisse com a campanha. Um exemplo disso pode ser visto na figura 19.



Figura 18 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘engajamento’



Figura 19 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘engajamento’



Figura 20 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘engajamento’

✓ Propostas e Projetos

- Foram consideradas como parte integrante desta categoria as postagens em que eram apresentadas as propostas e os projetos que o candidato tinha interesse em divulgar para a população. Geralmente essas postagens vinham acompanhadas dos memes **Pra Mudar!** e **Cássio Vai Fazer**.

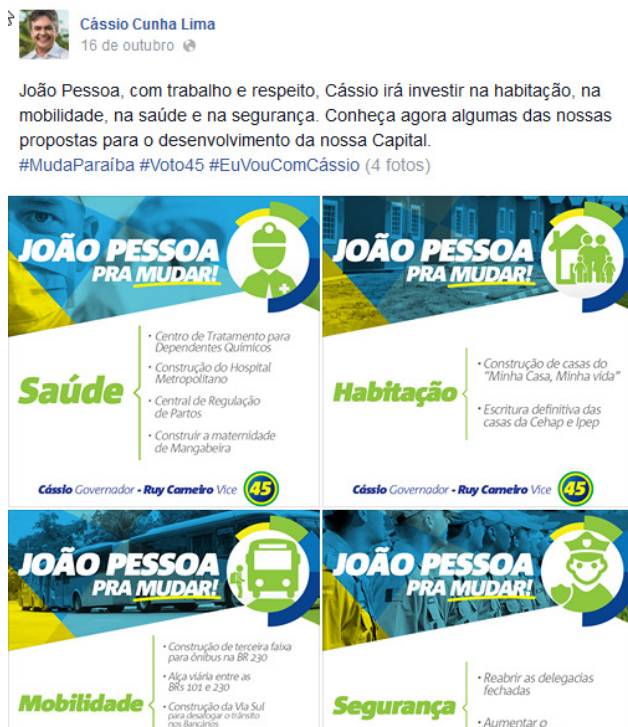


Figura 21 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘propostas e projetos’



Figura 22 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘propostas e projetos’

✓ Realizações Progressas

- Por fim, encaixamos no perfil dessa categoria as postagens em que eram divulgadas obras, projetos, investimentos realizados pelo candidato no anos em que esteve a frente do governo do estado.



Figura 23 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘realizações progressas’



Figura 24 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘realizações progressas’



Figura 25 – Exemplo de dado colhido nos perfis oficiais de Cássio e enquadrados na categoria de análise ‘realizações progressas’

O engajamento *online* também aparece em quase metade das publicações, o que vai ao encontro com o que Willians e Gulati (2013) e Bor (2013) defendem – que a rede serve para mobilizar, engajar e incentivar o eleitor. Ainda que essa estratégia seja empregada de maneira tímida nas postagens, de um modo bastante simples, ela está presente em mais de 40% dos casos analisados.

Isso reforça o que a literatura internacional tem apontado sobre as possibilidades de engajamento (Bor, 2013; Willians e Gulati, 2013). No caso brasileiro, Assunção *et al.* (2015) também observaram exemplos de mobilização semelhantes por meio das mídias, seja chamando para chats, para o *offline*, para arrecadação, entre outras formas caracterizadas pelos autores. Não se trata, necessariamente, de uma efetiva participação em termos de debate, contribuições, diálogo e deliberação, mas de uma tentativa de que os políticos tragam os eleitores, através de uma estratégia eleitoral, para mais perto de si e do envolvimento na disputa.

Como já discutido, temos que as mensagens no facebook e no twitter tendem a ser mais eficientes nos perfis oficiais quando enriquecidas com imagens, áudios e/ou vídeos e memes. Ao observarmos, na coleta dos dados, que a presença desses recursos abrangia quase 100% das postagens feitas nos perfis oficiais do candidato, optamos por medir a proporção de publicações com estes recursos. Em todos os casos do facebook e do twitter⁵⁵, o volume de postagens exclusivamente textuais⁵⁶ foi irrisório.

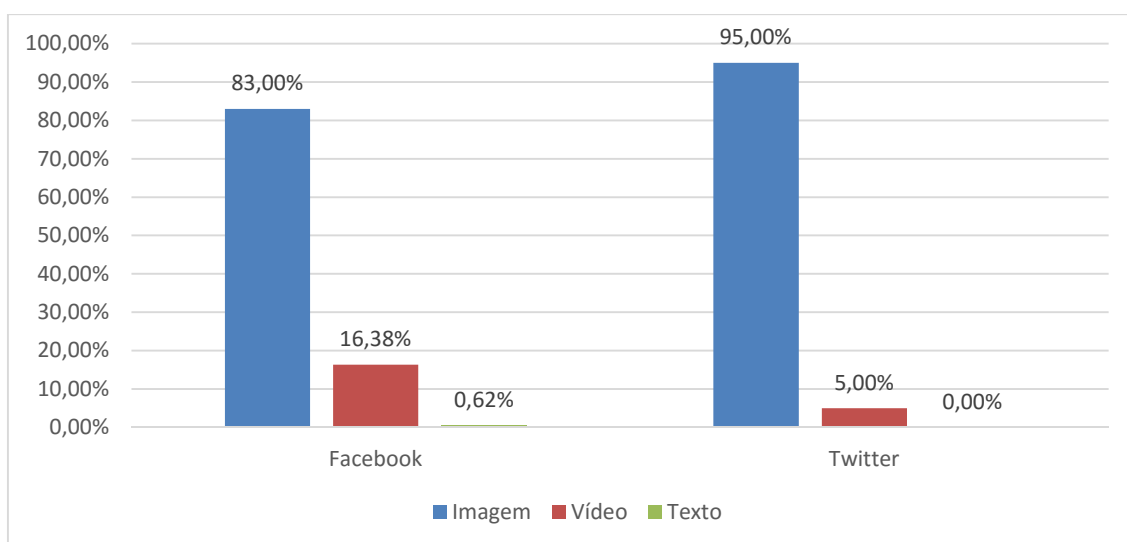


Gráfico 2 – Proporção de publicações utilizando recursos de imagens, vídeos e textos

⁵⁵ Deve-se levar em consideração que as postagens que continham links redirecionando para outro site (instagram) contaram como postagens com imagens e não exclusivamente textuais.

⁵⁶ Considerando que, no twitter, as postagens que continham links redirecionando para o instagram foram incluídas na categoria Imagem.

Ao dividir as mídias, pudemos observar que no facebook as publicações que continham imagens ocuparam cerca de 83% das publicações, enquanto que no twitter essa porcentagem foi de 95% do total de publicações, conforme pode ser observado no gráfico abaixo.

De modo geral, pode-se dizer que a recomendação de agregar outros recursos, além de texto, às postagens foi seguida. Dentre eles, a mais recorrente foi o uso de imagens⁵⁷, estando presente em mais de dois terços das publicações, como demonstrado nos gráficos abaixo.

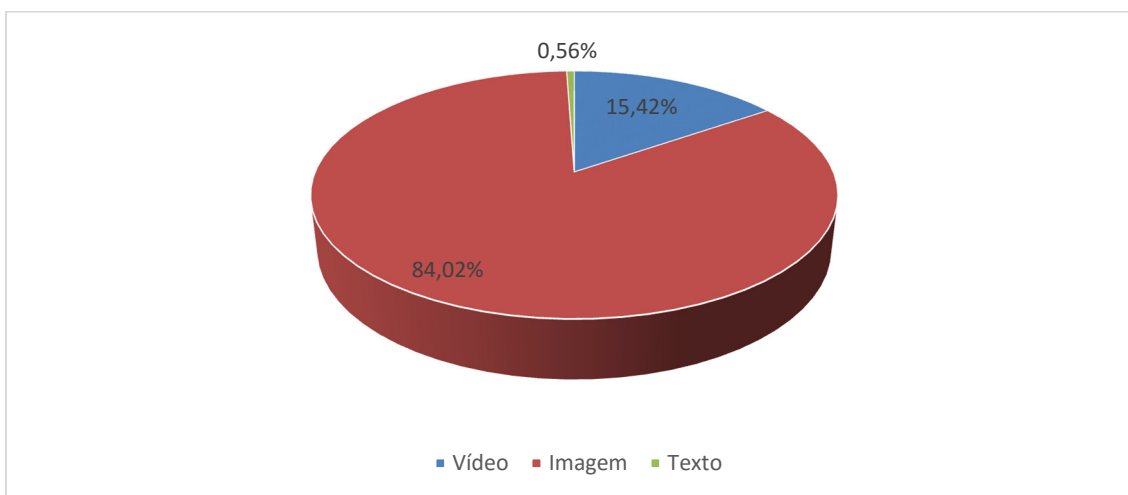


Gráfico 3 – Recursos usados nas postagens das páginas oficiais do candidato (%)

Além da utilização dos recursos citados acima, observamos também a utilização de outros recursos, que não foram enquadrados na análise feita anteriormente por se encaixarem como diferentes estratégias de marketing político.

De acordo com Aggio e Reis (2013), a gramática da atuação no Facebook vai além do “uso de recursos imagéticos e multimidiáticos, expandindo-se a formas, marcas, personagens, molduras, identidades visuais, slogans, dentre outros signos largamente difundidos organicamente nas fronteiras dos social media” – que são apropriados, adaptados e compartilhados por seus usuários. São os chamados memes.

Desta forma, verificamos o nível de adoção destes tipos de publicações nos perfis oficiais do candidato estudado. No gráfico abaixo podemos observar o nível de adoção de memes nos perfis do candidato.

⁵⁷ No twitter, esse recurso foi utilizado a partir da postagem de links das fotos publicadas no instagram.

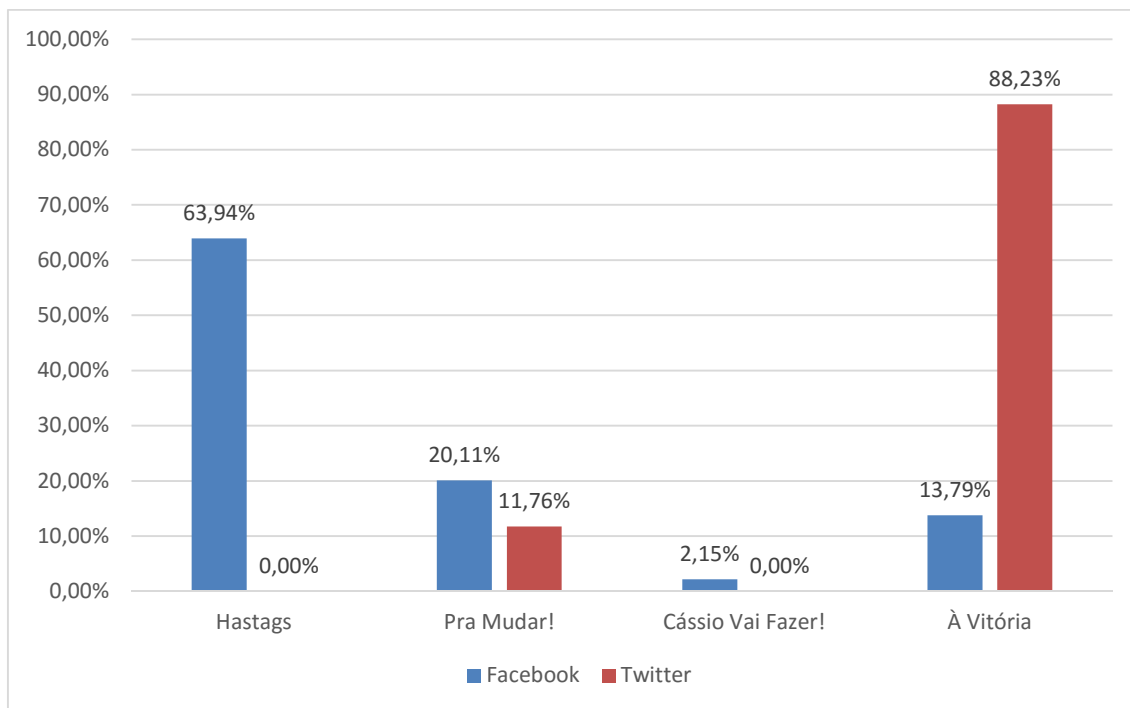


Gráfico 4 – Nível de Adoção de memes nos perfis de Cássio Cunha Lima

Após a análise dos dados coletados, observamos que 65,35% das postagens tinham caráter memético. Seja por usar um formato pré-estabelecido, seja por estimular sua replicação. Fazendo com que fosse observado o grau de importância que este recurso teve nas publicações do candidato, pois, através do uso desses memes, o número de compartilhamento cresceu consideravelmente, uma vez que essas postagens era redirecionadas para páginas pessoais de seguidores, tanto das mídias sociais aqui estudadas, quanto para outras mídias e redes sociais como, por exemplo, instagram, youtube, site oficial do candidato, sites de notícias etc.

Ao testar a hipótese de que as estratégias de marketing político e eleitoral de Cássio Cunha Lima aplicadas às mídias sociais facebook e twitter deste candidato não evidenciam e nem contribuem para o fracasso de sua campanha, percebemos que cerca de um terço (29,30%) das publicações nos perfis oficiais do candidato eram compostas de materiais oriundos de outras mídias e redes, os chamados links. O que também se enquadra como recurso com o objetivo de enriquecer as postagens nos perfis oficiais do candidato, trazendo à tona mais uma estratégia de marketing político utilizada em sua campanha.

Verificou-se, durante toda a coleta de dados, que a presença de links era constante em grande parte das postagens feitas nos perfis oficiais do candidato, direcionando o eleitor para outras plataformas, principalmente ao Youtube e ao Instagram. Como salienta

Bor (2013), uma das ações das redes sociais é compartilhar e comunicar mensagens de outros meios de campanha, principalmente fazendo uso de *links*, integrando outros espaços. Optou-se, então, em colocar como estratégia, pois acredita-se que seja uma maneira de incentivar o leitor a buscar informações complementares.

De fato, a análise mostra que essa é uma estratégia recorrente nos perfis oficiais do candidato, o qual é utilizado para integrar a campanha, com a função primordial de levar o leitor até o *website* do candidato ou ao seu canal no Youtube, que seria mais restrito e dependente do interesse dos usuários. No gráfico abaixo, podemos observar que conteúdos vindos de outros sites tiveram grande espaço entre as postagens do candidato.

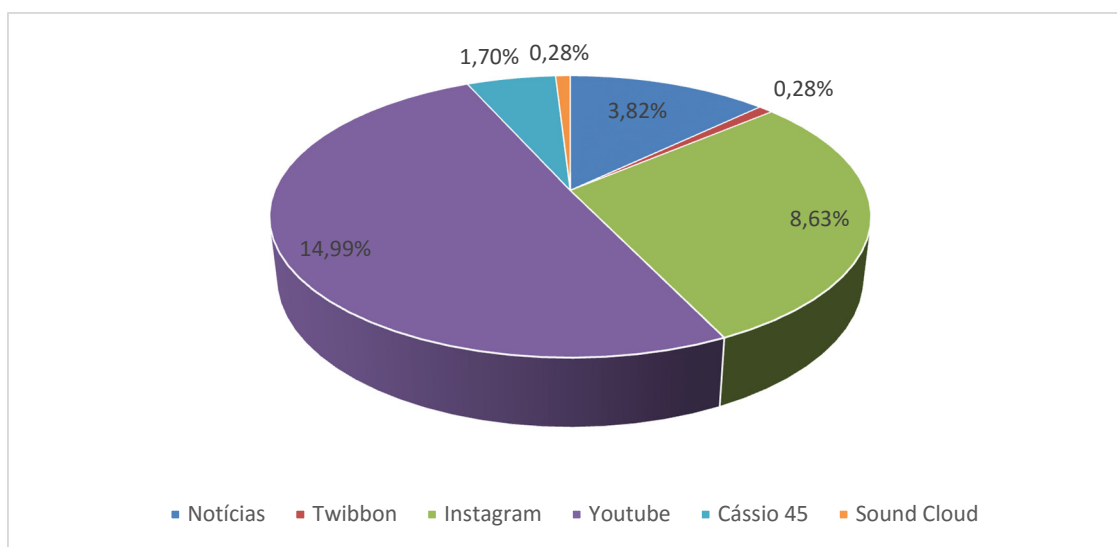


Gráfico 5 – Percentual de integração com outros sites

Dentre os sites que foram utilizados como ferramenta de integração com os perfis oficiais do candidato, o Youtube obteve destaque, pois foi responsável por uma fatia de postagens que quase correspondeu à soma de todas as outras postagens com esse recurso.

Além de incentivar a busca por informações em outros espaços pelos links, também há a preocupação com o engajamento e mobilização do eleitorado que acessa as redes. Isso leva a crer que os candidatos estão preocupados em fazer com que seus eleitores se engajem – curtindo posts, compartilhando, mostrando seu apoio por meio de fotos personalizadas, etc. Ainda que em níveis diferentes, se confirma a ideia de Williams e Gulati (2009) quanto ao uso das mídias sociais para a mobilização.

As mídias sociais, além de difundirem conteúdo direto dos partidos e candidatos, também permitem um fluxo diferenciado de comunicação, tal qual Aldé *et al.* (2015) chamam de exposição acidental, principalmente quando se compara com o caso dos

websites. Ainda que Norris (2003) ressalte que a internet agrega eleitores já interessados em política, “pregando para convertidos”, outros autores salientam a possibilidade de uma comunicação segundo o modelo *two-step flow* (Vaccari e Valeriani, 2013) em que há uma comunicação direta por meio de quem tem interesse prévio no candidato, mas também um contato indireto que atinge os amigos dos apoiadores por meio do redirecionamento de mensagens. Essa lógica supõe o aumento do alcance deste conteúdo transmitido via mídias sociais, na medida em que é possível curtir, comentar e compartilhar as postagens.

Os dados agregados mostraram que a estratégia de incentivo ao engajamento foi bastante utilizada pelo candidato em questão, principalmente aquela que diz respeito à mobilização feita no mundo online, o que corrobora com o que responderam os organizadores da campanha a Bor (2013) sobre para que usavam as mídias sociais.

Outro tipo de incentivo é o de atuação no mundo off-line. Neste caso, engloba postagens onde os candidatos estimulam os eleitores a se engajarem fora das redes sociais, como na participação em caminhadas e distribuição de material de campanha. Trata-se de uma exigência com maior peso em relação ao compartilhamento de conteúdo, por exemplo, que é uma tarefa simples e menos exigente.

Torna-se então perceptível que os candidatos focam no engajamento na campanha *online* em detrimento da off-line. Verifica-se, ainda, que há grande presença desse tipo de estratégia no conteúdo produzido para as mídias sociais do candidato.

De modo geral, os dados reafirmam a hipótese do uso das mídias para incentivar o engajamento e mobilizar os eleitores, mas os candidatos exploram cada uma das estratégias de forma diferente.

Os primeiros estudos sobre campanha eleitoral *online* defendiam que a internet serviria apenas para informar os eleitores dos compromissos de campanha do candidato. No entanto, essa ideia já pode ser considerada superada, pois há outras estratégias bastante presentes nas postagens para além da agenda do candidato.

Embora não seja finalidade última da campanha *online* em redes sociais, a agenda ainda integra boa parte das publicações dos candidatos esta é a forma mais fácil e tradicional de falar da campanha e dar visibilidade ao candidato de modo rápido e sem muitas exigências de elaboração de conteúdo ou ferramentas, por isso tal estratégia segue presente nas mídias sociais, inclusive por meio de fotos de passeatas e eventos.

Esses dados comparativos indicam que o candidato e sua equipe de campanha estão mais preocupados em empregar outras estratégias no conteúdo disponibilizado ao eleitor, do que se restringirem a apenas contar onde o candidato foi ou irá. Ainda que a

“agenda” tenha presença significativa na campanha do candidato, não se pode perder de vista que outras estratégias figuram entre as empregadas, como a mobilização, a proposição de políticas públicas, a ênfase em realizações, entre outras.

Tendo em vista todos os dados apresentados até aqui, podemos dizer que o candidato utilizou as mídias sociais de maneira construtiva, pois além de utilizar extensivamente recursos além de texto em suas postagens, ele procurou engajar os eleitores, divulgar suas ações de campanha, mostrar com quais apoios contavam e apresentar e defender suas propostas.

Além disso, o facebook e o twitter são ferramentas que foram implantadas para agregar valor à campanha do político. No caso de Cássio Cunha Lima, pudemos observar que ao longo de sua carreira política, ele tem adotado uma postura de identificação com o povo, demonstrando carisma pessoal (herdado de seu pai, Ronaldo José da Cunha Lima) que garante a aproximação com todas as classes e gerações. Isto evidencia-se através da quantidade de eleições disputadas pelo candidato (nove) em que ele foi derrotado apenas nesta última, de 2014.

Outro fator que deve ser citado é que a derrota de Cássio Cunha Lima se deu devido a diversos fatores que vinham se prologando com o passar dos anos. Podemos citar três deles, que são os problemas enfrentados pelo candidato que obtiveram maior atenção da mídia, como: o processo de cassação e de ficha limpa que vinha enfrentando desde 2006, a “traição” com Ricardo Coutinho e, como consequência dessa “traição”, a falta de apoio político na eleição de 2014. Além disso, Cássio passou por escândalos como, por exemplo, o do gasto de mais dez salários mínimos (R\$ 7.400,00) do dinheiro público em um almoço num dos restaurantes mais caros de Brasília.

Porém os escândalos e o processo de cassação que ele vinha enfrentando nos últimos anos (2006 - 2010), onde foi condenado por abuso de poder político e teve o seu mandato como governador da Paraíba cassado, não o impediu de ser eleito senador da República pelos paraibanos em 2010 (mas só assumiu o cargo em 2011) com mais de um milhão de votos. Neste mesmo ano, Cássio Cunha Lima apoiou a candidatura de Ricardo Coutinho (PSB) para governador da Paraíba, onde este último foi eleito.

Apesar destes fatores que, de fato, contribuíram para a derrota de Cássio Cunha Lima nas eleições de 2014, podemos observar que o candidato segue com alto índice de aprovação por seus eleitores, pois, dentre os seis candidatos que pleitearam o cargo de governador da Paraíba, apenas Cássio Cunha Lima e Ricardo Coutinho seguiram para o segundo turno com pouco menos de dois pontos percentuais de diferença.

Além disso, Cássio se manteve no topo das pesquisas de opinião durante toda a eleição, sendo derrotado por 111.563 votos de diferença, ou seja 4,78% do total de votos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante todo o processo de pesquisa, as incertezas metodológicas são as que ocupam maior espaço em nossas preocupações, pois é através delas que enfrentamos as mudanças contantes em nossas pesquisas. Mas a metodologia não nos leva apenas aos maus resultados, quando nos coloca em posição de pesquisador que reflete criticamente o tema em questão, podemos observar que ela pode nos levar a resultados extremamente satisfatórios. Garantindo, assim, que haja uma boa discussão acerca dos conceitos teóricos, além da desmistificação do objeto de pesquisa e da busca por um arranjo metodológico que vincule o pesquisador ao objeto empírico de forma consistente.

Ao nos depararmos com questionamentos sobre qual o tipo de marketing com que trabalhávamos nesta pesquisa, amparamo-nos em explicações teóricas acerca de conceitos como os de marketing (CAETANO et. al., 2012; KOTLER, 1996; COBRA, 1986; RICHERS, 1989; DRUCKER, 1970; ROCHA, 1987; PARENTONI, 2007), marketing político (DANTAS, 2010; ALMEIDA, 2002), marketing eleitoral (DANTAS, 2010; RICHERS, 1985) e de marketing político eleitoral (FIGUEIREDO, 2004), e as relacionamos com os dados empíricos para então chegar à conclusão de que tratava-se de marketing político, como proposto por Dantas (2010), em que ele diz que o marketing político é algo que “está relacionado à formação da imagem do político no longo prazo”; e de acordo com a definição proposta por Almeida (2002), quando ele diz que o marketing político é um “segmento específico dentro da comunicação mercadológica voltada para o ambiente político”.

Com a confirmação de que trabalhávamos com marketing político, nos deparamos com um novo questionamento: ao nos propormos a investigar os perfis oficiais do candidato no facebook e no twitter, tivemos a necessidade de esclarecer se esses sites se tratavam de mídias ou de redes sociais. Desta forma, fomos em busca de explicações teóricas acerca de mídias sociais (KAPLAN e HAENLEIN, 2010;) e redes sociais (DUARTE e FREI, 2008; CAPRA, 2008) que, ao serem confrontadas com os dados empíricos, se mostraram mais cabíveis ao conceito de mídia social proposto por Andreas Kaplan e Michael Haenlein (2010), onde os autores dizem que mídias sociais são “um grupo de aplicações para Internet construídas com base nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da Web 2.0, e que permitem a criação e troca de Conteúdo Gerado pelo Utilizador (UCG)”.

De acordo com Aggio e Reis (2013), “os sites para redes sociais são avenidas, ruas e praças onde cidadãos que acessam a internet mantêm perfis, consomem

informações, expõem opiniões, compartilham conteúdos e interagem com terceiros”. Seja nas circunstâncias episódicas circunscritas às corridas eleitorais, seja para a comunicação cotidiana da vida política, a importância das mídias sociais é crescente.

Para que fosse possível realizar a análise sobre este candidato, nos detivemos à criação de um perfil biográfico e político dele. Tendo como objetivo fazer com que este perfil político fosse bem construído, nos detivemos a realizar uma breve explanação acerca dos conceitos de opinião pública (NOVELLI, 2009; HABERMAS, 1984; e CHAMPAGNE, 1998) e imagem pública (GOMES, 2004; PEREIRA FILHO, 2006; WEBER, 2004; DANTAS, 2010; e SILVA, 1999) - ambas no capítulo 1 desta dissertação, e os relacionamos com os dados do perfil biográfico para que o nosso estudo de caso pudesse ser bem apresentado e, conseqüentemente, para que fossem entendidas as estratégias de marketing político aplicadas ao candidato e aos seus perfis oficiais.

Em geral, essa dissertação teve o propósito de introduzir uma discussão teórica acerca do papel que as mídias sociais cumprem na comunicação eleitoral contemporânea e, mais especificamente, nas estratégias de marketing político online, amparado pelo aporte empírico da análise dos perfis oficiais de Cássio Cunha Lima no facebook e twitter na campanha para o governo da Paraíba nas eleições de 2014. O texto é centrado na identificação do uso que o candidato e sua equipe fizeram desse novo espaço de campanha, principalmente no que diz respeito às estratégias de marketing político, pois foi a partir das eleições de 2008 dos Estados Unidos e da proliferação das redes sociais (Gomes et al., 2009), que observou-se uma forte tendência em utilizar as ferramentas oferecidas pelo novo espaço durante o período eleitoral (Braga, Nicolás e Becher, 2013).

Além disso, segundo dados do Comitê Gestor da Internet no Brasil (2015), 76% dos brasileiros participam de redes ou mídias sociais.

A objetivar discutir esse tema, nos propusemos a verificar quais dessas estratégias de marketing político foram mais utilizadas, como se deu a aplicação dessas estratégias selecionadas nos perfis oficiais de Cássio e se, através delas, ocorreu a primeira derrota na história política de Cássio.

Nos dias atuais, o uso dessas mídias é imprescindível, pois reúnem eleitores e militantes em potencial e também possuem dinâmicas sociais que permitem a expansão da visibilidade de mensagens e conteúdos. Nesse contexto, o facebook e o twitter ocupam um papel de destaque, conforme demonstrado nos resultados da análise dos dados coletados para este trabalho.

O campo da comunicação funciona como legitimador e de afirmação das idéias e imagens, especialmente na política, quando bem elaborada, torna-se uma arte para os que nela souber melhor atuar.

Apesar de todas as características de formação da imagem de Cássio Cunha Lima citadas neste trabalho, deve-se destacar também que se ele não possuísse o poder de comunicação e de eloquência que tem, seja ele um dom ou mérito de especialistas, e não os aplicasse com competência, talvez nada em sua carreira política tivesse sido possível (PEREIRA FILHO, 2006).

Deve-se ressaltar ainda que a herança política de Cássio, conquistada de seu pai Ronaldo Cunha Lima, é de extrema importância, pois foi através dela que Cássio ganhou notoriedade pública no início de sua carreira política (PEREIRA FILHO, 2006).

Na coleta de dados realizada, pudemos observar claramente especificidades do trabalho de marketing político nas mídias sociais, fossem elas especificidades estrategicamente pensadas pelos social media⁵⁸ - como as publicações que se encaixavam nas categorias de análise propostas por Aggio e Reis (2013), fossem elas publicações que conversavam com a gramática utilizada nas mídias sociais – como a utilização de memes, imagens e vídeos.

Verificou-se que foi a partir do facebook e do twitter, que conteúdos de outros social media, como instagram e youtube, ganharam maior visibilidade. Constatou-se também que a campanha analisada adaptou-se bem à gramática reconhecida pelos usuários dessas plataformas, associando aos textos dos posts, imagens e vídeos para fins de ilustração ou como peças centrais das publicações.

Observou-se ainda que a rede é utilizada para buscar o engajamento do eleitor e também para promover assuntos de campanha, além disso os resultados indicam a predominância das estratégias de mobilização (online e offline) mesclada com a promoção de agenda na campanha feita por meio dos perfis oficiais do candidato. A categoria de engajamento é a que mais apresenta posts com algum tipo de incentivo à participação online, o que corrobora com os achados de Bor (2013) e Williams e Gulati (2009) de que essa é uma das principais funções da rede para as campanhas eleitorais.

Destaca-se que esse incentivo é feito muitas vezes de maneira simples nas postagens, como pedir para curtir o post, compartilhar, assistir o programa televisivo ou

⁵⁸ Profissional que gerencia as mídias sociais, sejam elas de empresas, sejam elas de pessoas públicas.

ainda acessar algum link que proporcione mais informações sobre aquilo que está sendo tratado.

Vale ressaltar que a pesquisa considera esse tipo de ação nas redes sociais a partir do viés da estratégia de campanha e não pela discussão da participação, já que como os exemplos indicam, são ações dos partidos e candidatos para chamar a atenção dos usuários da rede, mas que não representam uma participação efetiva, a partir do conceito de participação vindo das teorias da democracia, em que há troca de ideias e pró-atividade dos atores sociais, no que se poderia ser chamado de conversação civil (MARQUES, 2006). Por isso, utiliza-se aqui o termo estratégia de mobilização e/ou incentivo ao engajamento quando se faz referência às estratégias de envolver os seguidores das páginas – e possíveis eleitores – na campanha.

Além da função de mobilização, identificou-se ainda que as mídias sociais são utilizadas para disseminar assuntos de campanha, principalmente os ligados ao cotidiano do candidato, o qual é chamado aqui de “agenda”. Embora figure entre as principais estratégias de campanha, não é o que predomina na mensagem geral das postagens. Isso dá uma ideia de que outras estratégias, como apresentação de propostas e projetos e ênfase em realizações e/ou em prestígio e apoio recebidos, também aparecem e tornam a campanha mais dinâmica e menos voltada apenas para a informação cotidiana (notícias e informações).

Ainda que os resultados apresentados possam ser aprofundados ou expandidos, relacionando outras estratégias, busca-se aqui preencher uma breve parte da lacuna nos estudos sobre campanhas eleitorais no Facebook e no Twitter. As pesquisas sobre essas mídias enquanto ferramentas de campanha são escassas, tanto no contexto nacional quanto estrangeiro, conforme constata Aggio e Reis (2013). Espera-se, por outro lado, que novos trabalhos se dediquem a pesquisar os conteúdos eleitorais gerados nessas plataformas, a fim de se ter uma visão geral de como a campanha é estruturada e de que maneira dialoga com outros espaços, também em cenários locais e regionais.

Este trabalho nos permitiu concluir, ainda, que, de uma maneira geral, a comunicação eleitoral, através das estratégias de marketing político, ganhou novas formas diante da disseminação das TICs⁵⁹.

Por fim, temos clareza de que esse trabalho não se encerra aqui, pois no decorrer de sua elaboração, e ao finalizá-lo, percebemos novas possibilidades de abordagem. Entre

⁵⁹ TICs – Tecnologias da Informação e da Comunicação

elas, a criação de um Código de Defesa do Eleitor. Surgindo como proposta para um trabalho posterior.

REFERÊNCIAS

AGGIO, Camilo. REIS, Lucas. **Campanha eleitoral no Facebook: usos, configurações e o papel atribuído a esse site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012.** Revista Compólitica, n. 3, vol. 2, ed. jul-dez, ano 2013.

ALBUQUERQUE, A. **“Aqui você vê a verdade na tevê”:** A propaganda política na televisão. Niterói: MCII, 1999.

ALMEIDA, J. **Marketing político, hegemonia e contra-hegemonia.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.

ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante.** Porto Alegre: Artmed, 2009.

ASSUNÇÃO, A; ALDÉ, A; SANTOS, J. G.; FREIRE, F. Estratégias de campanha política on-line: Marcelo freixo nas Eleições para a prefeitura do Rio de Janeiro em 2012. In:___ ALDÉ, A.; MARQUES, F. **Internet e Poder Local.** Salvador: Edufba, 2015.

BIANCHINI, Aline Feijó. **Política na web : um estudo sobre o uso de redes e mídias sociais pelos candidatos à prefeitura de Porto Alegre em 2012.** 2013. 193f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

BOR, S. **Using Social Network Sites to Improve Communication Between Political Campaigns and Citizens in the 2012 Election.** American Behavioral Scientist, n.7, Jun/2013.

BRAGA, S. NICOLÁS, M. A; BECHER, A. **Clientelismo, internet e voto:** personalismo e transferência de recursos nas campanhas online para vereador nas eleições de outubro de 2008 no Brasil. Opinião Pública, n. 19, 2013.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** – Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf/view>>. Acesso em 15 de agosto de 2015.

CAETANO, Joaquim. GRAVELHO, M^a do Carmo. SIMÕES, M^a Manuel. **Marketing Político: poder e imagem.** Lisboa: Escolar Editora, 2012.

CAPRA, Fritjof. Vivendo Redes. In:___ DUARTE, Fábio; QUANDT, Carlos; SOUZA, Queila. (Org.). **O Tempo Das Redes.** São Paulo: Editora Perspectiva, 2008.

CERVI, E. U. Métodos quantitativos nas ciências sociais. In:___ BOURGUIGNON, J. (Org.). **Pesquisa Social: reflexões teóricas e metodológicas.** 1^a ed. Ponta Grossa: Toda Palavra, 2009.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica: para uso dos estudantes universitários.** São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1976.

CHAMPAGNE, Patrick. **Formar a opinião: o novo jogo político.** Petrópolis: Vozes, 1998.

COBRA, Marcos. **Marketing essencial: conceitos, estratégias e controle.** São Paulo: Atilhas, 1986.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Marketing Político: técnicas e gestão no contexto brasileiro.** São Paulo: Atlas, 2010.

DIAS, Renato Costa. **Marketing Político: como ganhar uma campanha eleitoral, seguindo os ensinamentos de Sun Tzu, Maquiavel, Clausewitz.** Natal: Ed. do autor, 2004.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Formação de dirigentes.** Rio de Janeiro: Expressão e cultura, 1970.

DUARTE, Fábio. FREI, Klaus. **Redes Urbanas**. In:___ DUARTE, Fábio; QUANDT, Carlos; SOUZA, Queila. (Org.). **O Tempo Das Redes**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2008.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In:___ DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio. (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

FERREIRA, Karla Lourdes. **Mídias sociais e práticas de participação política: um estudo de caso das eleições municipais 2012, em Natal**. 2013. 184f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

FIGUEIREDO, M., FIGUEIREDO, M., ALDÉ, A., DIAS, H. e JORGE, V. **Estratégias de Persuasão em Eleições Majoritárias**: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral. Série Estudos, Iuperj, 1998.

FIGUEIREDO, Rubens. **Manual prático de marketing político**. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer no Brasil, 2004

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital**. Conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

GOBBI, Maria Cristina. Método biográfico. In:___DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

GOODE, Willian J.; HATT, Paul K. **Métodos em pesquisa social**. São Paulo: Nacional, 1979.

GOMES, Marcelo Bolshaw. **A convergência dos campos**: encontros e confrontos entre comunicação e política. (online) Texto cedido pelo autor, 2013.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GOMES, W., FERNANDES, B., REIS, L., SILVA, T. **Politics 2.0**: a campanha on-line de Barack Obama em 2008. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, v.17, n.34, 2009.

GOMES, W.; REIS, Lucas; DUARTE, Marília; MARQUES, Maurício. **O Twitter na campanha eleitoral de 2010**. Anais do IV Congresso da Compolítica. Rio de Janeiro. 2011.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HJARVARD, Stig. Mídiação: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural/ Mediatization: Theorising the Media Agents of Social and Cultural Change. *MATRIZES*, Brasil, v. 5, n. 2, 2012. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/MATRIZES/article/view/8139>. Acessado em 12 ago. 2013.

HENSON, H. Keith. **Memes, Meta-memes and Politics**. Reason/Clostrophobia/Singularity, 1994.

HOLTZ-BACHA, C., JOHANSSON, B., LEINDENBERGER, J., MAAREK, P. J., JENSEN, T. B., DYRBY, S. **Exploring Affordances of Facebook as a Social Media Platform in Political Campaigning**. ECIS 2013 Proceedings. [Paper 43] Atlanta, GA: *Association for Information Systems*. AIS Electronic Library (AISeL), 2013.

KAPLAN, Andreas M. HAENLEIN, Michael. **Users of the world, unite!** The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 2010.

KARLSEN, R. **Online e Undecided**. Voters and the Internet in the Contemporary Norwegian Campaign. *Scandinavian Political Studies*, n. 33, pp. 28-50, 2010.

KOTLER, Philip. **Marketing**. São Paulo: Atlas, 1996.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 1987.

MARQUES, F. P. J. A. **Debates políticos na internet**: da perspectiva da conversação civil. *Opinião Pública*, Campinas, v. 12, n.1, 2006.

MEIRA, Silvio. A consagração do dedão...Ou como os celulares serão a “coisa” do futuro. In:___ FERNANDES, Manoel (Org.). **Do Broadcast ao Socialcast**: como as redes sociais estão transformando o mundo dos negócios. São Paulo: Bites, 2009.

MERRIAM, S. B. **Case study research in education**. San Francisco: Jossey-Bass, 1988.

MIGUEL, Luis F. **Política e Mídia no Brasil**: episódios da história recente. Brasília: Plano Editora, 2002.

NORRIS, P. **Preaching to the Converted?** Pluralism, Participation and Party Websites. *Party Politics*, v.9, n.1, pp. 21–45, 2003.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. Comunicação e Opinião Pública. In:___ DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2009.

PARENTONI, Emilia Maria Mendonça. **Marketing e Comunicação**: conceitos, desafios e metas. Rio de Janeiro: GdN Editora, 2007.

PEREIRA FILHO, Sebastião Faustino. **O “menino” entra em cena**: a apropriação do carnaval fora de época de Campina Grande na construção da imagem pública política de Cássio Cunha Lima. 2006. 112f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal-RN.

PIRES, Livia Maria Falconi. **O Funcionamento do Discurso Político: o twitter na campanha presidencial de 2010**. 2013. 132f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade Federal de São Carlos.

RECUERO, R. C. **Memes e Dinâmicas Sociais em Weblogs**: Informação, capital social e interação em redes sociais na Internet. Revista Intexto, 2006.

RICHERS, Raimar. **O que é marketing**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985.

ROCHA, Ângela da. **Marketing**: teoria e prática no Brasil. São Paulo: Atlas, 1987.

SALVADOR, Angelo Domingos. **Métodos e técnicas de pesquisa bibliográfica**. Porto Alegre: Sulina, 1986.

SILVA, Iolanda Barbosa da. **“Hoje tem espetáculo? Tem sim senhor”**: Uma análise dos programas eleitorais em Campina Grande – PB. 1999. 95f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal da Paraíba, Campina Grande.

SILVA, Valdir R. da. **Marketing Político**. Disponível em: <http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Marketing%20politico.htm>. Acesso em 14 jan. 2014.

SPADARO, Antonio. **WEB 2.0**. Redes Sociais. São Paulo: Paulinas, 2013.

STROMER-GALLEY, J. **On-line interaction and why candidates avoid it**. *Journal of Communication*, n.50, pp.111-132, 2000.

VACCARI, C; VALERIANI, A. **Follow the leader!** Direct and indirect flows of political communication during the 2013 general election campaign. *New Media & Society*, Sage, pp. 1- 18, 2013.

VALLE, Alberto. **Marketing político nas redes sociais**. Disponível em: <http://www.eleitordigital.net.br/marketing-politico-nas-redes-sociais/>. Acesso em 15 de novembro de 2013.

WEBER, Maria Helena. Imagem pública. In:___ RUBIM, Antônio A. C (Org.). **Comunicação e política: conceitos**. São Paulo: UNESP, 2004.

WILLIAMS, C. B., GULATI, G. **Explaining Facebook Support in the 2008 Congressional Election Cycle**. *Working Papers*. Paper 26, 2009.

_____. **Social Media and Campaign 2012**: Developments and Trends for Facebook Adoption. *Social Science Computer Review*, v.31, n.5, 2013.

ZUCCOLOTTO, Rodrigo. SILVA, Dirceu. GARCIA, Mauro Neves. **Correlação das estratégias de marketing político com o processo de decisão do eleitor**. *Revista Administração On Line, Brasil*, v. 5, n.3, p. 1-10, 2004. Disponível em: http://www.fecap.br/adm_online/art0503/art5031.pdf. Acesso em 14 jan. 2014.

ANEXOS

Dados coletados nos perfis oficiais (facebook e twitter) de Cássio Cunha Lima entre 24 de agosto de 2014 e 28 de outubro de 2014

Facebook (198 das 647 postagens coletadas)

The image displays a grid of 12 Facebook posts from the official profile of Cássio Cunha Lima, spanning from August 24 to October 28, 2014. Each post includes a main image, a text caption, and a list of interactions (likes, comments, shares).

- Post 1 (Aug 24):** "GRANDE GARREATA em CAMPINA HOJE, DIA 24". Image shows a large crowd at a campaign event. Text: "Alô, Campina Grandel! Daqui a pouco, às 13h, tem concentração da Camareta 45, na Avenida Manoel Tavares. Vista amarelo, adesivo e seu carro e sua moto e vem com Cássio à vitória! #EuVoUComCássio #Rede45".
- Post 2 (Aug 24):** "CÁSSIO VAI FAZER MUITO + CONSTRUIR ALCAS DE LIGAÇÃO ENTRE AS BRs 101 E 230". Image shows a highway diagram. Text: "A construção de alças de ligação entre as BRs 101 e 230 é uma das principais propostas de Cássio para resolver o problema da mobilidade na Grande João Pessoa. Com essas alças, o tráfego pesado será elevado para fora da área urbana, deixando a circulação nas BRs que cortam a Capital exclusiva para carros, motos e transportes coletivos. Para saber mais, clique aqui: http://fol11/1BSiKJ #EuVoUComCássio".
- Post 3 (Aug 25):** "#EUVOU #COM CÁSSIO". Image shows a crowd of people. Text: "Porque quando o povo quer não tem jeito. Compartilhe e mostre a todo mundo o que a Paraíba quer e precisa! #EuVoUComCássio #Rede45".
- Post 4 (Aug 25):** "NÃO TEM 'FORÇA' MAIOR QUE A VONTADE DO POVO!". Image shows a crowd. Text: "Ministério Público Eleitoral no TSE confirma que Cássio é elegível!".
- Post 5 (Aug 25):** "E eu estou com a UEPB". Image shows people holding signs that say "A UEPB ESTÁ COM VOCE". Text: "E eu estou com a UEPB".
- Post 6 (Aug 26):** "DEBATE HOJE 26 de agosto Fórum dos Servidores João Pessoa 19h". Image shows Cássio at a podium. Text: "Transmissão AO VIVO pela RCTV (canal 27, NE 1)".
- Post 7 (Aug 26):** "ASSOC. DOS PRODUTORES DE LEITE DE JUAZ. SAUDA CÁSSIO". Image shows a crowd. Text: "Cássio cuidou DAS pessoas Pão e Leite Em toda a Paraíba, eram distribuídos 120 mil litros de leite todo dia.".
- Post 8 (Aug 26):** "Ricardo Coutinho". Image shows a debate stage with podiums. Text: "Agora, no debate do Fórum dos Servidores Assista ao vivo no http://tv.riparatiba.com.br #Rede45".

EU faço parte **DOS** **47%** que querem uma Paraíba de paz e bem.

Cássio 45 **Wilson 145**

Cássio Cunha Lima
3 de setembro de 2014 · Editado · 0

A pesquisa Ibope confirma a vontade do povo da Paraíba. Se você faz parte desse desejo de mudança compartilhe #EUvouComCássio #Rede45 — com Vanda Theaiza Pereira Ribeiro, Mariana Ferreira, Mielele Albuquerque, Adriele Draz, Ademilson Dalback, Wilson Barreto, Camila Lourenço da Silva, Ananyer Fernandes e Ronaldo Santana

Curir · Comentar · Compartilhar

Mais relevantes · Outras 4.160 pessoas curtiram isso.

1.915 compartilhamentos

- Tereza Cristina BAAAA eu tambem Curir · Responder · 1 · 3 de setembro de 2014 às 09:19
- Jane Xavier de preparam pra outra lapada... #EU_vou_com_Cassio45 Curir · Responder · 14 · 2 de setembro de 2014 às 20:23
- Arnaldo Santana Eu tambem 45 valeit Curir · Responder · 7 · 2 de setembro de 2014 às 20:24
- Darla Patricia O parte criar um grupo cassio45PR faça parte da rede 45 quem Curir · Responder · 1 · 2 de setembro de 2014 às 20:24

Escreva um comentário...

CAMINHADA em JOÃO PESSOA

HOJE, DIA 03

Bairo das Malvinas às 20h Concentração Umburana com Floriano Perlozo. Comitê relâmpago na Janela Abraço Jorge.

Cássio 45 **Wilson 145**

Cássio Cunha Lima
3 de setembro de 2014 · Editado · 0

Até, Rainha da Borborema! Hoje, às 20h, tem Caminhada 45 e Comício Relâmpago nas Malvinas. Vista amarelo e vem com Cássio! #EUvouComCássio #Rede45 — com Rossana Barbosa, Carolina Albuquerque, Ayden Malulinho, Marcos Paulo, Eliane Silva, Karla Afina, Wellington Pontes e Karla Benny

Curir · Comentar · Compartilhar

Mais relevantes · Outras 2.718 pessoas curtiram isso.

245 compartilhamentos

- Jessica Mariano Guedes Porque o governo do Cássio não tem bilabura. E um governador do diálogo, da amizade e do trabalho. 45 no seu Curir · Responder · 24 · 3 de setembro de 2014 às 19:40
- 4 Respostas
- Dora Fernandes Estamos esperando em Casa Racha Curir · Responder · 2 · 3 de setembro de 2014 às 12:34

Escreva um comentário...

AGORA! DEBATE

Rádio Campina FM
Palmeira, Campina Grande

17h

Acompanha pelo site www.campinafm.com.br

Wilson 145 **Cássio 45**

Cássio Cunha Lima
3 de setembro de 2014 · Editado · 0

Acompanhe agora, no Rádio Campina FM, o debate entre os candidatos ao Governo da Paraíba. Você também pode ouvir no link: [#EUvouComCássio #Rede45](http://bit.ly/1qg0iKt) — com Maria Zeli Queiroz

Curir · Comentar · Compartilhar

Mais relevantes · Outras 2.714 pessoas curtiram isso.

182 compartilhamentos

- Maria Do Carmo Dantas Vá enfrente 45 forte como um herói Cassio está no debate vama com vc Cássio 45 no dia 05 rumo a vitória!!!!!!!!!!!! Curir · Responder · 12 · 3 de setembro de 2014 às 18:29 · Editado
- Rosângela Raibon Porto Milho tem o Debate vama com vc Cássio 45 no dia 05 rumo a vitória!!!!!!!!!!!! Curir · Responder · 11 · 3 de setembro de 2014 às 17:13
- Maria Da Conceição Queiroz #EUvouComCássio#Rede45 Curir · Responder · 3 · 3 de setembro de 2014 às 17:02
- Christine Mendonça Já estou na escuta e Curir · Responder · 1 · 3 de setembro de 2014 às 17:02

Escreva um comentário...

Cássio GANHOU O DEBATE

provou que tem as melhores propostas. **45**

Cássio Cunha Lima
3 de setembro de 2014 · 0

Na hora do debate, a verdade venceu e a propaganda #DebateCampinaFM #EUvouComCássio #Rede45 — com Katia Silva

Curir · Comentar · Compartilhar

Mais relevantes · Outras 4.183 pessoas curtiram isso.

515 compartilhamentos

- Jailson Tamara Cassio nao perde em nada o homem da show Curir · Responder · 27 · 3 de setembro de 2014 às 19:21
- Theressa Christina Você Cássio sempre foi e será o melhor para a Paraíba! #EUvouComCássio Curir · Responder · 22 · 3 de setembro de 2014 às 19:11
- 1 resposta
- Luciano Pereira 45 TO FORA Curir · Responder · 7 · 3 de setembro de 2014 às 20:22
- Paulinho Gomes E provou que só vai prometer e nada cumprir Curir · Responder · 1 · 3 de setembro de 2014 às 19:11

Escreva um comentário...

SOMOS **180 MIL** amigos por uma Paraíba de paz e bem.

Cássio 45

Cássio Cunha Lima
3 de setembro de 2014 · 0

#EUvouComCássio

Curir · Comentar · Compartilhar

Mais relevantes · Outras 5.203 pessoas curtiram isso.

480 compartilhamentos

- Albaniêda Almeida Eu vou com cassio Curir · Responder · 9 · 3 de setembro de 2014 às 20:33
- Teti Invenilo Eu vou com cassio Curir · Responder · 4 · 3 de setembro de 2014 às 20:51
- Elaine Soares Restoumos 180mil Curir · Responder · 4 · 3 de setembro de 2014 às 20:29
- Weslany Garenia Não vivemos o presente que é de Deus, e Cassio mostra o que é amado pelo povo da Paraíba. Cassio sim, sabe fazer amigos e não chutar os amigos que foram da primeira hora. Por isso, que faço parte destes amigos... Rumo a vitória nos angulo querido Cássio 45 que é sua e nossa também... Curir · Responder · 4 · 3 de setembro de 2014 às 20:32 · Editado
- Poliane Jorge #EUVOUCOMCASSIO Curir · Responder · 1 · 3 de setembro de 2014 às 20:32

Escreva um comentário...

CAMINHADA em JOÃO PESSOA

HOJE, DIA 04

Com Cássio, Ruy Carneiro, Wilson e Agra.

Mandacaru comemoração às 18h, nas Cinco Bocas.

Cássio 45 **Wilson 145**

Cássio Cunha Lima
4 de setembro de 2014 · 0

Até, João Pessoa! Hoje, às 18h, Cássio, Ruy Carneiro, Wilson Santiago e Luciano Agra farão caminhada no Bairro de Mandacaru. Vista amarelo e vem com a gente! Esperamos por você! #EUvouComCássio #Rede45 — com Raquel Santos, Doracete Inácio e Ana Silva

Curir · Comentar · Compartilhar

Mais relevantes · Outras 2.991 pessoas curtiram isso.

233 compartilhamentos

- Junior Marques Estarei lá com Cássio vamo que vamo Curir · Responder · 6 · 4 de setembro de 2014 às 14:20
- 2 Respostas
- Isidoro Calliano Tem como postar mais, gostaria de saber a vinda de Cassio e Cajazeiras sábado? Curir · Responder · 4 · 4 de setembro de 2014 às 14:42
- Cássio Cunha Lima Isidoro, logo mais iremos postar #Rede45 Curir · Responder · 4 · 4 de setembro de 2014 às 14:42

Escreva um comentário...

AGRESSÕES NAS REDES SOCIAIS

Cássio RESPONDE COM PROPOSTAS =)

Cássio Cunha Lima
4 de setembro de 2014 · 0

#EUvouComCássio #Rede45 — com Carol Melo, Raquel Melo, Eulália Magalhães de Freitas, Rodrigo Veras, Carlos Henrique Alves, Enanides Vasconcelos e Ronaldo Santana

Curir · Comentar · Compartilhar

Mais relevantes · Outras 541 pessoas curtiram isso.

541 compartilhamentos

- Tereza Cristina O maccon que vem de passado e mauel Curir · Responder · 9 de setembro de 2014 às 09:02
- Tereza Cristina Quem tem EDUCACAO faz assim responde com classe Curir · Responder · 9 de setembro de 2014 às 09:01
- Ebert Castro Seu legado não vem de palavras, vem dos seus atos! Seu lado humano é quem faz você ter seguidores e não apenas eletrôico Ricardo nem o político, nem é líder e nem sabe fazer politica não é humano, apenas um amparado, agressivo e egoctrônico! Vou que... Vai mais Curir · Responder · 43 · 4 de setembro de 2014 às 09:02

Escreva um comentário...

Parabéns Alagoa Nova

A nobreza desta gente carinhosa faz crescer toda minha gratidão.

Cássio 45 GOVERNADOR

Cássio Cunha Lima
5 de setembro de 2014 · 0

Parabéns, Alagoa Nova! Cássio cubou da cidade e agora vai fazer muito mais. Entre tantas obras, é importante destacar a ampliação do sistema de abastecimento de água e a construção da rodovia PB-057.

#Rede45

Curir · Comentar · Compartilhar

Mais relevantes · Outras 2.249 pessoas curtiram isso.

140 compartilhamentos

- Fabrice Ari A vitória já é nossa... 45 já ganhou e Cássio governador... 45... 45... 45... 45... 45... 45... Curir · Responder · 9 · 5 de setembro de 2014 às 09:07
- Javan Castro Não fez mais que sua obrigação e era pra ter feito muito mais. Curir · Responder · 2 · 5 de setembro de 2014 às 09:21
- Levi Almeida Meu abraço a todos que é de Alagoa Nova!! Curir · Responder · 2 · 5 de setembro de 2014 às 09:32

Escreva um comentário...

AGENDA É Cássio, por toda a Paraíba!

Sexta 05/09

João Pessoa Entrevista ao Corneo Debate na TV Corneo.	12h50
Cajazeiras Debate com os candidatos a governador no Portal Diário do Sertão em parceria com Seccional da OAB em Cajazeiras.	20h00

Cássio 45 **Wilson 145**

cassio45.com.br

Cássio Cunha Lima
5 de setembro de 2014 · Editado · 0

Hoje, às 12h00, tem entrevista de Cássio no Corneo Debate, na TV Corneo. E, às 20h, em Cajazeiras, tem debate entre os candidatos ao Governo promovido pelo Portal Diário do Sertão. Confira a lista de rádios e sites que irão transmitir! [#EUvouComCássio #Rede45](http://bit.ly/1qg0iKt)

Curir · Comentar · Compartilhar

Mais relevantes · Outras 1.186 pessoas curtiram isso.

120 compartilhamentos

- Ana Carlota Pedras de Fogo te espera Cássio Cunha Lima #EUvouComCássio Curir · Responder · 2 · 5 de setembro de 2014 às 09:05 · Editado
- Cássio Cunha Lima Obrigdo pelo apoio, Ana Carlota! #Rede45 Curir · Responder · 4 · 5 de setembro de 2014 às 09:07
- Var mais repostas
- Jackson Silva Locutor #voucomcassio45 Curir · Responder · 4 · 5 de setembro de 2014 às 09:05
- Cássio Cunha Lima Jackson, obrigado pelo apoio e participação de Curir · Responder · 1 · 5 de setembro de 2014 às 09:05

Escreva um comentário...

Cássio Cunha Lima
6 de setembro de 2014 · 0

Com Anna Beatriz, Yara Lima Lima, Cássio Cunha Lima, Diogo Cunha Lima e Bruna Lima

Curir · Comentar · Compartilhar

Mais relevantes · Outras 171 pessoas curtiram isso.

13 compartilhamentos

- Riva Rodrigues Estou contando os dias e os meses, para junto comemorar a vitória e a libertação da nossa Paraíba com o governador #CássioCunhaLima em nome de Jesus da nossa vitória Curir · Responder · 5 · 5 de setembro de 2014 às 12:29 · Editado
- Fátima Maia #EUvouComCássio#Cássio Curir · Responder · 4 · 5 de setembro de 2014 às 12:31
- Eloa Castro A cada dia mais adeço e 45 meus Curir · Responder · 3 · 5 de setembro de 2014 às 16:51
- Kelly Kennedy Eu vou com cassio40 Curir · Responder · 2 · 6 de setembro de 2014 às 09:54

Escreva um comentário...

Cássio Cunha Lima
6 de setembro de 2014 · 0

Com Anna Beatriz, Yara Lima Lima, Cássio Cunha Lima, Diogo Cunha Lima e Bruna Lima

Curir · Comentar · Compartilhar

Mais relevantes · Outras 171 pessoas curtiram isso.

13 compartilhamentos

- Riva Rodrigues Estou contando os dias e os meses, para junto comemorar a vitória e a libertação da nossa Paraíba com o governador #CássioCunhaLima em nome de Jesus da nossa vitória Curir · Responder · 5 · 5 de setembro de 2014 às 12:29 · Editado
- Fátima Maia #EUvouComCássio#Cássio Curir · Responder · 4 · 5 de setembro de 2014 às 12:31
- Eloa Castro A cada dia mais adeço e 45 meus Curir · Responder · 3 · 5 de setembro de 2014 às 16:51
- Kelly Kennedy Eu vou com cassio40 Curir · Responder · 2 · 6 de setembro de 2014 às 09:54

Escreva um comentário...

Cássio Cunha Lima
5 de setembro de 2014 · Edição ·

Com Paulo Pereira

Curtir · Comentar · Compartilhar

67 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

2 compartilhamentos

Escreva um comentário...

Patrocinado por

Gratuito anúncio

STIGMATISMO MIOPIA

Hospital de No Hospitais

Cássio Cunha Lima
5 de setembro de 2014 ·

Com Edna Maria da Silva

Curtir · Comentar · Compartilhar

68 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

4 compartilhamentos

Vivian Lopes e Caramba, Raci é uma pessoa admirável. Vive o prazer de conhecer, um ser humano extraordinário.
Curtir · Responder · 5 · 5 de setembro de 2014 às 15:07 ·

Riva Rodrigues Deus estar no comando, porque nós Paraibanos estamos no LIMITE, não aguentamos mais, e colocamos em suas mãos a Excelência para que possa fazer o mesmo por nós, que é dar-nos a SEGURANÇA de VIVER sem medo de perder a nossa o bem mais precioso que é a no... Ver mais
Curtir · Responder · 1 · 5 de setembro de 2014 às 15:52 ·

Mathesus Lima Oha ai tá Ricenilde Maria quem está bem pertinho de Cássio Cunha Lima
Curtir · Responder · 1 · 5 de setembro de 2014 às 15:52 ·

Escreva um comentário...

Cássio Cunha Lima
5 de setembro de 2014 · Edição ·

Agora há pouco, chegando ao debate do Portal Diário do Sertão, em Cajazeiras. Começa em 19h. Acompanhe no <http://www.diariosertao.com.br/tv>

Confira a lista de rádios e sites que irão transmitir: <http://bit.ly/1qk8Pm>
#Rede45 #DebateTVDS — com Ana Silva, Raquel Santos, Laila Carla, Rebeca Rocha e Doracilê Indício.

Curtir · Comentar · Compartilhar

Patricia Alencar e outras 4.044 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

303 compartilhamentos

Samuel Lima que Deus te der Muito Saúde nessa caminhada Avante pra nossa vitória 45 Cássio Cunha Lima
Curtir · Responder · 18 · 5 de setembro de 2014 às 22:36 ·

Rosanna Dantas Amo muito esse Meu governador
Curtir · Responder · 11 · 5 de setembro de 2014 às 22:17 ·

2 Respostas

Escreva um comentário...

Cássio Cunha Lima
5 de setembro de 2014 ·

Com Izabel Judith e Luciana Queiroga

Curtir · Comentar · Compartilhar

19 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

6 compartilhamentos

Izabel Judith Toda cidade de pombal é cassio...
Curtir · Responder · 6 de setembro de 2014 às 19:52 ·

Apollonia Ribeiro é CASSIO E CASSIO
Curtir · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:10 ·

Apollonia Ribeiro a PARABIA COM CASSIO MELHOU E MUITO
Curtir · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:10 ·

Apollonia Ribeiro esse tem coração
Curtir · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:09 ·

Escreva um comentário...

Cássio Cunha Lima
5 de setembro de 2014 ·

Curtir · Comentar · Compartilhar

31 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

5 compartilhamentos

Apollonia Ribeiro dara o parecer social
Curtir · Responder · 2 · 6 de setembro de 2014 às 05:12 ·

Apollonia Ribeiro verdadeinha diversas construtoras inclusive como sociologia fazendo a cada dia fazendo as visitas juntamente com os engenheiros das construtoras e trabalhei na construtora COELHO de PE foi uma benção
Curtir · Responder · 1 · 6 de setembro de 2014 às 05:12 ·

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça · Ver tudo

Tércio Arnaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio Cunha Lima
5 de setembro de 2014 ·

Curtir · Comentar · Compartilhar

14 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

4 compartilhamentos

Apollonia Ribeiro mas os dia de REICARDO esta contido
Curtir · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:14 ·

Apollonia Ribeiro realmente levou muitos eventos em relação as escolas mas agora REICARDO fez quase isso fazer o que ??
Curtir · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:13 ·

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça · Ver tudo

Tércio Arnaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio Cunha Lima
5 de setembro de 2014 ·

Curtir · Comentar · Compartilhar

12 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

3 compartilhamentos

Apollonia Ribeiro não é como na gestão atual é o REICARDO mesmo, prepotente desumano agora continua a transar através de REICARDO COCIN
Curtir · Responder · 1 · 9 de setembro de 2014 às 05:16 ·

Apollonia Ribeiro CASSIO é governador de tds
Curtir · Responder · 1 · 9 de setembro de 2014 às 05:16 ·

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça · Ver tudo

Tércio Arnaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio Cunha Lima
5 de setembro de 2014 ·

Curtir · Comentar · Compartilhar

13 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

4 compartilhamentos

Apollonia Ribeiro dizia os amigos PAPAIAO PAZ PERQUITO LEVA A FAMA E DEPOIS COME O MILHO um abacur
Curtir · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:17 ·

Apollonia Ribeiro REICARDO fez pegando fele nas obras que CASSIO fez isso não é justo isso não é honesto REICARDO
Curtir · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:17 ·

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça · Ver tudo

Tércio Arnaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio Cunha Lima
5 de setembro de 2014 ·

Curtir · Comentar · Compartilhar

9 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

2 compartilhamentos

Apollonia Ribeiro é humano ape com o coração
Curtir · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:24 ·

Apollonia Ribeiro com CASSIO nos paraibanos não passaremos nem sede nem fome
Curtir · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:24 ·

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça · Ver tudo

Tércio Arnaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio Cunha Lima
5 de setembro de 2014 ·

Curtir · Comentar · Compartilhar

12 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

2 compartilhamentos

Apollonia Ribeiro foi o pior governador de tds os tempos lá estado so o apoiou por consideração ao nosso querido e mado CASSIO
Curtir · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:20 ·

Apollonia Ribeiro REICARDO COCIN não mostra uma obra com vai mostrar se nao ta??
Curtir · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:19 ·

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça · Ver tudo

Tércio Arnaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio cuidou e vai cuidar ainda mais de Cajazeiras

Construção da **QUADRA ESPORTIVA** em Divinópolis

45

Cássio Cunha Lima
6 de setembro de 2014

Curte · Comentar · Compartilhar

12 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

3 compartilhamentos

Apollonia Ribeiro se age nas mídias sociais com mentiras e mais??
Curte · Responder · 6 de setembro de 2014 às 09:39

Apollonia Ribeiro sera que ele tem coragem e capacidade de dizer que fez??
Curte · Responder · 6 de setembro de 2014 às 09:39

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça

Tércio Arnaud
2 amigos em comum

Adicionar aos amigos

Cássio cuidou e vai cuidar ainda mais de Cajazeiras

SEMENTES SELECIONADAS PARA OS AGRICULTORES

45

Cássio Cunha Lima
6 de setembro de 2014

Curte · Comentar · Compartilhar

14 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

2 compartilhamentos

Apollonia Ribeiro se ver o mundo dele pq na mesa dele não dá para falar nem falar se tem bebidas internacionais conforme informações das revistas
Curte · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:22

Apollonia Ribeiro e RICARDO COCIN
Curte · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:21

Apollonia Ribeiro esse sim procura colocar o alimento nas famílias carentes
Curte · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:21

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça

Tércio Arnaud
2 amigos em comum

Adicionar aos amigos

Cássio cuidou e vai cuidar ainda mais de Cajazeiras

ELETRIFICAÇÃO DA ZONA RURAL

45

Cássio Cunha Lima
6 de setembro de 2014

Curte · Comentar · Compartilhar

14 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

1 compartilhamento

Apollonia Ribeiro e depois time coicea
Curte · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:23

Apollonia Ribeiro Por RICARDO e assim so quer os votos das pessoas
Curte · Responder · 6 de setembro de 2014 às 05:23

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça

Tércio Arnaud
2 amigos em comum

Adicionar aos amigos

Cássio CUIDOU e vai cuidar ainda mais de

CAJAZEIRAS

Cássio Cunha Lima
6 de setembro de 2014

Curte · Comentar · Compartilhar

136 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

13 compartilhamentos

Apollonia Ribeiro e aqui em CO e VENE da vida so faz fazer penduras salários atizados, não pagou aos fornecedores não pagou aos artistas não indenizou as famílias que se desaperou os imóveis, multa perseguição e a cidade nas 04 salas so foi em casa V era uma tonel... Ver mais

Curte · Responder · 2 · 6 de setembro de 2014 às 05:20

Edcarine Teixeira Za Carlos vc ta fora () () () Cássio é o governo.
Curte · Responder · 1 · 6 de setembro de 2014 às 05:20

Shelha Braga Vamos mostrar que o 45 é o melhor para Paraíba.
Curte · Responder · 3 de setembro de 2014 às 01:19

Jose Carlos Dutra Porque não cuidou antes vc teve 7 anos pra fazer e não fez nada
Curte · Responder · 6 de setembro de 2014 às 14:51

Escreva um comentário...

Parabéns **Bernardino Batista**
Em seus limites reina a harmonia

Governador **Cássio 45** - Vice RUY CARNEIRO

Cássio Cunha Lima
6 de setembro de 2014

Curte · Comentar · Compartilhar

Patricia Alencar e outras 1.415 pessoas curtiram isso.

53 compartilhamentos

Roberto SOTTO GRANDE CASSIO, QUERIA DA UMA SUGESTÃO PARA O GOVERNO DA RELACÃO A SEGURANÇA, O QUE VOCE ACABA DE EM TODA SADA DE CIDADES QUE LIGA UMA A OUTRA, HAVER UM POSTO POLICIAL, DIFÍCIL, TÁRIA, MUITO ROUBOS A BANCOS E ESTABECIMENTOS COMERCIAIS, PRINCIPALMENTE EM CIDADES PEDAGUAS, ABRACOS.
Curte · Responder · 21 · 6 de setembro de 2014 às 13:16

Abenilda Almeida parabéns Bernardino!
Curte · Responder · 1 · 6 de setembro de 2014 às 12:43

Escreva um comentário...

Parabéns **Belém**
Hoje, ontem e sempre nosso progresso é você!

Governador **Cássio 45** - Vice RUY CARNEIRO

Cássio Cunha Lima
6 de setembro de 2014

Curte · Comentar · Compartilhar

1.455 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

75 compartilhamentos

Ribeiro Neto Parabéns Belém vejo que não tem pra ninguém e só cassio
Curte · Responder · 10 de setembro de 2014 às 11:16

Netozaço Neto, já foi Belém de Cargara, hien reatantissimo
Curte · Responder · 8 de setembro de 2014 às 19:24

Gilberto Freire Dos Santos cassio falta voce em barbaça voce fez muito por barbaça e vai faz muito mais
Curte · Responder · 6 de setembro de 2014 às 23:27

1 resposta

Escreva um comentário...

È CASSIO em **CAJAZEIRAS**

HOJE, DIA **06**

Caminhada com lideranças 9h Praça João Pessoa. Inauguração do Comitê da Coligação na Avenida Padre Rolim.

Cássio 45 **Wilson 145**

Cássio Cunha Lima
6 de setembro de 2014

Curte · Comentar · Compartilhar

2.425 pessoas curtiram isso · Mais relevantes

291 compartilhamentos

Márcia Telaviana Mea Incomparado Governador, Cássio! Que seu anjo da guarda de quem debaixo das asas, te livrando de todos os males, MENINO, VOCE NAO CEIJA PARA BRILHAR, E ESSE BRILHO SO QUEM ACABA E NÓS! PARA CELESTIAL, ELE TE AMA E NÓS TAMBÉM! DEUS CONTINUE ABENÇONANDO SEMPRE VOCE, ATÉ A VITÓRIA SE DEUS QUISER, E ELE QUER. Amém Amen!!!
Curte · Responder · 28 · 6 de setembro de 2014 às 19:20

Cássio Cunha Lima Márcia, muito obrigado mesmo pelo carinho e apoio. É isso que nos fortalece. Amigos! @ #Rede45
Curte · Responder · 4 · 6 de setembro de 2014 às 19:20

Escreva um comentário...

“ Prefiro ser um candidato ‘de uma nota só’ a ser um com nota zero, como é o seu caso em termos de tratamento humano. ”

Cássio 45
VICE RUY CARNEIRO

Cássio Cunha Lima
6 de setembro de 2014

Curte · Comentar · Compartilhar

No debate de Cajazeiras, Cássio provou que tem as melhores propostas, mostrou o que fez e o que vai fazer pelo Sertão e por toda a Paraíba. #EuVouComCássio #Rede45 — com Mariene Das Neves Silva Duarte e Carlos Henrique Alves.

Curte · Comentar · Compartilhar

Patricia Alencar e outras 2.949 pessoas curtiram isso.

486 compartilhamentos

Wanesse Parreira Clui todo o debate e por coincidência essa foi a mesma frase que destaquei no meu perfil! Cássio arrazo no debate e proou que não é um marionete governado! Amém! vamos com ele pelas ruas de Cajazeiras! Como eu já tenho dito antes, Cássio, Cajazeiras está com você!
Curte · Responder · 30 · 6 de setembro de 2014 às 02:05 · Editado

4 Respostas

Magnos Rodrigues Ai sim é um governador que tem caráter e respeito a população da Paraíba. #EuVouCom45
Curte · Responder · 1 · 6 de setembro de 2014 às 02:05

Escreva um comentário...

Cássio Cunha Lima
6 de setembro de 2014

Curte · Comentar · Compartilhar

Com Roberto Silva, Felipe Costa, Thamyres Oliveira, Geovana Emanuel e Luana Sales.

Julio César Peres e outras 139 pessoas curtiram isso.

13 compartilhamentos

Joelma Andrade faz o perfil táber o CASSIO tá com ela e não abra CASSIO rumo a vitória.
Curte · Responder · 12 · 6 de setembro de 2014 às 15:55

Adelaido Alves Não temo que escolher o candidato mais preparado, cada vez mais com experiência, entre todos nós temos nenhuma dúvida o candidato certo é Cássio Cunha Lima porque dentro gente temos a vitória, um abraço para todos.
Curte · Responder · 5 · 6 de setembro de 2014 às 22:29

Elas Silva Que Lindo o. Nada vamos votar ficado orgulho e nos de novo
Curte · Responder · 4 · 7 de setembro de 2014 às 00:15

Antonio Bezerra Deus abençoe mais e mais o senhor Cássio.
Curte · Responder · 1 · 6 de setembro de 2014 às 00:15

Escreva um comentário...

Cássio Cunha Lima
6 de setembro de 2014

Curte · Comentar · Compartilhar

Julio César Peres e outras 89 pessoas curtiram isso.

16 compartilhamentos

Jenison Colabador o olhar dele diz, por que você não abandona? por que não ficou com o debate e depois de agora não se sacou. #Cássio45 #Rede45 #EuVouComCássio
Curte · Responder · 4 · 6 de setembro de 2014 às 15:00

Morete Conserva Nunca mais Ricardo vai ter outra oportunidade desta, agradeça a Cássio, e não se saia daqui!
Curte · Responder · 3 · 7 de setembro de 2014 às 11:02

Neve Barbaça com Cássio os professores tem M2.
Curte · Responder · 2 · 7 de setembro de 2014 às 00:23

Katia Ná Oho o olhar dele sobre Cássio, sai
Curte · Responder · 1 · 6 de setembro de 2014 às 15:50

Jorge Martins e Cássio Cunha Lima reais amigos. #Cássio45 #Rede45 #EuVouComCássio
Curte · Responder · 1 · 6 de setembro de 2014 às 15:50

Escreva um comentário...

AGENDA

É Cássio, no Sertão!

Sábado 06/09	Coremas - Comissão Fátia Fátia Rodrigues, Centro.	18h30
	Cajazeirinhas - Comissão Praça João Inácio de Silva, Centro.	19h30
	São Bentinho - Comissão Rua Onofre Alves de Araújo, Campiãca.	20h30
	Condado - Comissão Regional Rua Odilon Linares, Centro.	21h30

Cássio 45 **Wilson 145**

cassio45.com.br

Cássio Cunha Lima
6 de setembro de 2014

Hoje tem Comissão 45 em quatro cidades do Sertão: Coremas, Cajazeirinhas, São Bentinho e Condado serão formadas por uma multidão que quer uma Paraíba de paz e bem. Vista amarelo e vem com Cássio! #EUVoUComCássio #Rede45

Compartilhar

1.866 pessoas curtiram isso.

89 compartilhamentos

Isaio Oliveira Cássio voltou a te perguntar: tem previsão de que você possa vir a São João do Rio Do Peixe? Se não nessa, mas na próxima visita ao sertão? Estamos todos felicitados com você aqui, e ansiosos para te receber com um multão de peixes que contam em você!!! #SertãoCássio45

Curte Responder 18 6 de setembro de 2014 às 19:42

Cássio Cunha Lima Oi, São, obrigado pelo apoio e por participar da nossa campanha nas redes sociais. Peço que acompanhe nossa página no Facebook para saber quando iremos anunciar as datas de campanha na região de São João do Rio do Peixe. Talvez não consigamos visitar todos os 223 municípios.

Escreva um comentário...

VEM MUDAR COM A GENTE!

Mude sua capa e avatar do Facebook e faça parte da nossa campanha

Cássio 45 **Wilson 145**

cassio45.com.br

Cássio Cunha Lima
6 de setembro de 2014

A hora da vitória chegou! Personalize suas redes sociais com 45 e mostre a todo mundo que, com Cássio governador, a Paraíba pode muito mais!

Clique e participe: <http://fb.com/cassio45> / support/vecom.cassio-2

#EUVoUComCássio #Rede45 — com Fabio Canuto, Andreia Costa, Rainhas Du Santana e outras 32 pessoas.

Compartilhar

Ósides Oliveira e outras 2.649 pessoas curtiram isso.

331 compartilhamentos

Geizlen Lima Eu votei: 1986 Cássio Deputado Federal, 1990 Ronaldo Governador, 1994 Ronaldo Senador, 2002 Cássio Governador, 2006 Cássio Governador, 2010 Cássio Senador, Votarei em 2014 Cássio Governador.

Curte Responder 32 6 de setembro de 2014 às 23:25. Editado

4 Respostas

Escreva um comentário...

LIBERDADE PELA VONTADE SOBERANA DO POVO

7 de Setembro, Independência do Brasil

Cássio 45 **Wilson 145**

Cássio Cunha Lima
7 de setembro de 2014

Hoje, comemoramos a independência do Brasil. De 5 de outubro vamos comemorar a independência da Paraíba. #Rede45

#EUVoUComCássio — com Amélia Costa, Geuzineiro G Pinheiro Geuzineiro e Carlos Henrique Alves.

Compartilhar

Ósides Oliveira e outras 2.395 pessoas curtiram isso.

414 compartilhamentos

Wilmam Cássio Viva a liberdade chepa de antiguidade e prepotência

Curte Responder 13 7 de setembro de 2014 às 14:32

George Alves de Oliveira vamos trazer Ricardo Miller (côdeiro do palácio da redelego)

Curte Responder 5 7 de setembro de 2014 às 20:39

Mateus Carneiro Vamos acabar com a ditadura que impora hoje no estado de Paraíba.Vamos car girro rrisco de liberdade esse.

Curte Responder 5 7 de setembro de 2014 às 20:39

Escreva um comentário...

Cássio vai cuidar ainda mais do abastecimento d'água e do saneamento

Cássio vai retomar o Programa Boa Nova

Cássio vai sanear as cidades às margens dos rios Paraíba, Piranhas e Piancó

Cássio quer levar água de beber para as Propriedades Rurais

Cássio 45 **Wilson 145**

Cássio Cunha Lima
7 de setembro de 2014

Cássio cuidou do abastecimento d'água e do saneamento.

Cássio levou água da Capenga para 96% da população urbana. Faz 12 adutoras com 27km, 27 estações de tratamento de água, 155km de rede de distribuição, 15 mil sistemas rurais. Ao sair do Governo, Cássio deixou em construção as adutoras de Acaráis, Patos, Assunção, Capivara, Alcantari, a segunda etapa da adutora do Congo, a quarta adutora de Campi...

Ver mais

Compartilhar

Ósides Oliveira e outras 2.225 pessoas curtiram isso.

252 compartilhamentos

Fátima Pimenta Eu votei 45

Curte Responder 10 7 de setembro de 2014 às 19:06

Carmem Maria Santos Cássio entregou casas populares na minha cidade Rio Tinto. Não perseguiu os funcionários, foi sensível a aumento de salário.

Curte Responder 3 7 de setembro de 2014 às 19:06

Escreva um comentário...

AGENDA

É Cássio, por toda a Paraíba!

Segunda 08/09

Entrevista - Programa Câmbio, da TV Râ/Beremim, em Campina Grande	10h
Encontro - Sinalizadora, com os associados na sede da entidade, em João Pessoa	17h
Debate - RCTV, do Sistema Correio, com os candidatos ao Governo	22h

Cássio 45 **Wilson 145**

cassio45.com.br

Cássio Cunha Lima
8 de setembro de 2014

Bom dia! Confira nossa agenda de hoje. #Rede45 — com Auxiliadora Suzia Souza

Compartilhar

1.426 pessoas curtiram isso.

127 compartilhamentos

Aracelis de Lima Cássio Cunha Lima Gata bom dia! Agradeço no nosso guia, bem como ser compartilhado ao máximo: <http://cassio45.com.br/programa-noticias.asp>.

Curte Responder 9 8 de setembro de 2014 às 10:29

Cássio Cunha Lima Agradeço a dica, Bruno. E obrigado pela confiança e pelo apoio. Um abraço. #Rede45

Curte Responder 1 8 de setembro de 2014 às 19:30

Ver mais respostas

Douglas Uckers Il'Vamos juntos a vobrá

Curte Responder 5 8 de setembro de 2014 às 19:43

Cássio Cunha Lima Agradeço seu apoio e confiança. Cláudio: Um abraço. #Rede45

Escreva um comentário...

ACESSE NOSSO CANAL NO YOUTUBE

e assista às melhores propostas para a Paraíba

youtube.com/ccunhailima

Cássio Cunha Lima
8 de setembro de 2014

Você deixou de assistir a um dos nossos guias ou quer ver algum deles? Acesse nosso canal no YouTube. Lá você também pode assistir aos programas Você com Cássio, ao Jornal 45 e muito mais!

<https://www.youtube.com/user/cunhailima/>

#Rede45 #EUVoUComCássio

Compartilhar

1.351 pessoas curtiram isso.

117 compartilhamentos

Na Fagulhas OS LARANJAS POBRES ESTÃO COM MEDO DE CÁSSIO O SCALMENTE FOI O GOVERNADOR CÁSSIO ITABAIANA ESTAR COM VC ELE NÃO ENVIARIA ASSINTE COM UM PROPOSTA DE ASFALTO NEM COM A PONTE O PASSOU 3 ANOS PARA SER ENTREGUE.

Curte Responder 43 8 de setembro de 2014 às 13:33

2 Respostas

Jaene Oliveira Ta chegando o governador do

Escreva um comentário...



Cássio Cunha Lima
8 de setembro de 2014

Compartilhar

55 pessoas curtiram isso.

3 compartilhamentos

Lúcia Veloso Hoje! Tábuo Governador

Curte Responder 2 8 de setembro de 2014 às 19:56

Christiane Mira vai ser casado Pra vai vir a Câmara? Se não que me diga

Curte Responder 10 8 de setembro de 2014 às 19:43

Erivaldo Bai Sou meu governador o deus Ruzer?

Curte Responder 9 8 de setembro de 2014 às 21:48

Francois Meira #EUVoUComCássio45

Curte Responder 8 8 de setembro de 2014 às 21:42

Ver mais 4 comentários

Escreva um comentário...



Cássio Cunha Lima
8 de setembro de 2014

Com Enverton Rodrigues e Socorro Pascoal

Compartilhar

53 pessoas curtiram isso.

3 compartilhamentos

Andréia Klauáda O homem é querido demais.

Curte Responder 1 8 de setembro de 2014 às 18:13

Françesca Fortunato Ele falou que agora tá mais experiente mais maduro eu fico só imaginando: venté ja era bom! Imagina maduro #SertãoCássio45

Curte Responder 10 8 de setembro de 2014 às 20:26

Bertolando Faustino Cássio de novo porque povo que ele

Curte Responder 8 8 de setembro de 2014 às 22:31

Carlos Bonfim <http://www.correioabraziliense.com.br/julgame-htp-0>

Curte Responder 9 8 de setembro de 2014 às 22:47

Escreva um comentário...

PASSEATA das Mulheres

em Campina Grande - Amanhã, 09/09

Concentração 15h, no Parque do Povo

Cássio 45 **Wilson 145**

Cássio Cunha Lima
8 de setembro de 2014

Amanhã é dia da tradicional Passeata das Mulheres, em Campina Grande. A concentração é às 15h, no Parque do Povo. Vista amarelo e vem com a gente caminhar por uma Paraíba de paz e bem! #EUVoUComCássio #Rede45 — com Mikaela Lacerda e Raquelene Fralho

Compartilhar

Tereza Cristina e outras 2.440 pessoas curtiram isso.

224 compartilhamentos

Lúcia Cabral A Paraíba está sendo firmeza nas propostas apresentadas por Cássio Cunha Lima, tanto no que se refere a como nas intervenções, debates e comícios, por isso ele cresce e cada dia nas pesquisas. Parabéns governador! Que cada um dos seus eleitores o de Pa... Vir mais

Curte Responder 12 8 de setembro de 2014 às 19:23

Helena Rose e de João Pessoa?

Curte Responder 7 8 de setembro de 2014 às 19:25

Cássio Cunha Lima Oi, Helen,

Escreva um comentário...

DEBATE

HOJE 08 de setembro

RCTV Sistema Correio

22h

Acompanhe pelo site cassio45.com.br/aovivo

Cássio 45 **Wilson 145**

Cássio Cunha Lima
8 de setembro de 2014

Daqui a pouco, às 22h, na RCTV, Cássio participará do debate entre os candidatos ao Governo do Estado. Assista e comprove que Cássio é o melhor para a Paraíba! Comente usando as hashtags #EUVoUComCássio e #DebateComC

Você também poderá assistir no www.cassio45.com.br/aovivo

#Rede45 — com Miguel Arcajo de Melo

Compartilhar

Tereza Cristina e outras 3.070 pessoas curtiram isso.

250 compartilhamentos

Fabiane Barreto Sei não vai esse povo que mandar no meu voto, eu não dependendo do estado, e voto em quem eu quero e ninguém mudou o meu voto? É Cássio e pronto! É 45 45 45, o voto é meu, acêta que do mensú!

Curte Responder 27 8 de setembro de 2014 às 09:07

Cássio Cunha Lima Obrigado por

Escreva um comentário...

ATAQUES PESSOAIS NO DEBATE

CÁSSIO RESPONDE COM RESPEITO =>

Cássio Cunha Lima
12 de setembro de 2014

#DebateTV/Clube #Rede45 #Cássio45

Curir: Comentar Compartilhar

3.993 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

418 compartilhamentos

Wesley Cavalcante Falarim dos 50 mil que Cássio recebeu há seis meses 30 mil do Senado e recebeu aproximadamente o mesmo valor, isso é normal tem que receber o mesmo, é o seu direito. Agora Ricardo fica como não recebeu mais que 50 mil... Cê pensa que o povo é burro e que não sabe que todo político recebe muito bem.

Curir: Responder 72 12 de setembro de 2014 às 09:42

16 Respostas

Joelias Pierr Lopes O que me deu mais para estudar que é mentir a demissão dos contratos e essa semana uma mãe com quatro filhos entrou na minha frente do esse ditador a colocou na rua, nem como comprar comida para as crianças essa senhora tinha quem cuidava eu levei na casa dela, para vir sempre o drama desta mulher.

Curir: Responder 157 12 de setembro de 2014 às 09:42

Escreva um comentário.

CRM-PB Nota de Repúdio

É fato histórico que a saúde pública brasileira enfrenta sérias dificuldades. As constantes fiscalizações promovidas em conjunto com o Ministério Público Estadual e Federal tem demonstrado, em regra, o fracasso administrativo em garantir uma assistência de boa qualidade aos cidadãos.

Durante o período eleitoral o CRM-PB tem recebido constantes denúncias de atendimento inadequado em hospitais públicos. Trata-se de um desvirtuamento de princípios da imparcialidade, em que a opção política (declarada ou não) é utilizada como forma de pressão. A utilização da máquina pública durante as eleições, além de ilícito eleitoral, é um desvio moral, uma vez que **o propozição de trabalho a pessoas não é baseada em critérios técnicos de seleção.**

O CRM-PB encaminhará todas as denúncias para o Ministério Público Eleitoral para que sejam investigados os afastamentos realizados, em especial aqueles de forma abrupta ou sem motivo justificável.

Nesse contexto, o CRM-PB não arretará de sua prerrogativa de zelar pela autonomia do médico e pelo exercício ético da medicina em favor de uma assistência digna à população.

João Pessoa, 12 de setembro de 2014

AGENDA 45

É Cássio, pela Paraíba

Sábado 13:09

- 18h00 - Caminhada em Cruz das Armas
- 19h00 - Cabedelo
- 20h30 - Bayeux
- 21h30 - Santa Rita

Cássio 45 Wilson 145

Cássio Cunha Lima
13 de setembro de 2014

Bom dia!

Hoje vou caminhar às 18h em Cruz das Armas e Comício 45 em Cabedelo, Bayeux e Santa Rita. Vista amarelo e vem com a gente! #UvOuComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Camem Melo

Curir: Comentar Compartilhar

2.590 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

274 compartilhamentos

Jose Hilton Ferreira nosso futuro governador

Curir: Responder 12 13 de setembro de 2014 às 10:08

Bernarcia Thelga #UvOuComCássio 45 estamos juntos

Curir: Responder 8 13 de setembro de 2014 às 10:08

Jordania Soares Quando VC vem a minha cidade em ano?

Curir: Responder 4 13 de setembro de 2014 às 10:12

Maria Lúcia Marcolino Meu coral bom dia senador que seus te projeta nesta grande

Curir: Responder 1 13 de setembro de 2014 às 10:12

Escreva um comentário.

A VERDADE SEMPRE VENCE!

Cássio Cunha Lima pede para ter suspensa pensão de ex-governador

Senador pediu para que o benefício fosse cortado até o fim do seu mandato. Governador **Ricardo Coutinho vai avaliar o pedido do senador.**

O senador Cássio Cunha Lima (PSDB) encaminhou um ofício ao governador Ricardo Coutinho (PSB) pedindo que seja suspensa a pensão que tem direito como ex-governador. De acordo com o benefício será cortado até o fim do seu mandato. Assim ele respeita o limite de remuneração de agentes públicos determinado pela Constituição Federal.

A decisão de Ricardo Coutinho é sobre o ofício de Cássio já protocolado no início da tarde desta sexta-feira (11). Aguarda o governador dar um parecer dando se aceita ou não o pedido do senador.

Parabéns Pilar
Es pequena no tamanho, mas teu seio é imenso em glória

Governador **Cássio 45** - Vice RUY CARNEIRO

GRANDE CARREATA do CURIMATAU

DOMINGO 14.09

- 10h Soledade
- 11h30 São Vicente do Seridó
- 13h Cubati
- 14h30 Pedra Lavrada
- 15h30 Nova Palmeira
- 16h30 Piciú
- 19h Baraúnas
- 20h Barra de Santa Rosa
- 21h30 Cutité
- 22h Nova Floresta
- 22h30 Cutité

Cássio 45 Wilson 145

Cássio Cunha Lima
14 de setembro de 2014

Bom dia! Hoje, a Carreata 45 começa em Soledade e segue por São Vicente do Seridó, Cubati, Pedra Lavrada, Nova Palmeira, Piciú, Baraúnas, Barra de Santa Rosa, Cutité e Nova Floresta. Vista amarelo e vem com a gente! #UvOuComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Liziane Sathin e Oscar Xavier

Curir: Comentar Compartilhar

2.318 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

202 compartilhamentos

Wesley Farias O 45 vai a mais um dia de show. Boa sorte governador, tapamos já a esperança de traço amarelo.

Curir: Responder 3 14 de setembro de 2014 às 11:16

João Ára A gente 45 de Cutité está a sua espera!

Curir: Responder 4 14 de setembro de 2014 às 11:07

Joselinha Che Depõe dessa carreata no curimatou o magro 40 vai chorar

Curir: Responder 3 14 de setembro de 2014 às 10:30

Escreva um comentário.

Parabéns Pilar
Es pequena no tamanho, mas teu seio é imenso em glória

Governador **Cássio 45** - Vice RUY CARNEIRO

Eu não odeio Ricardo, apenas AMO Cássio.

Indiretas de Paz e Bem

Cássio Cunha Lima
14 de setembro de 2014

Curir e compartilhar usando o hashtag #PazEmBem

#EuUvOuComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Carlinhos Natanael, Natanael Nascimento, Lidarynny Farias e outras 25 pessoas.

Curir: Comentar Compartilhar

Hilberto Figueiredo e outras 3.911 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

1.180 compartilhamentos

Hilberto Figueiredo Lamentável isso aqui que eu acabei de ler, muita inveja Cássio Cunha Lima, pois tem muita gente querendo estudar: <http://www.diariopais.com.br/mor/noticia.asp?id=7028697>

Curir: Responder 10 14 de setembro de 2014 às 11:42

Suelen Regina Cabral Interessante, sempre cito a página de Ricardo e do Cássio, e o que observo é que, muito dos eleitores de Ricardo vem aqui escrever suas lutas contra Cássio e seus eleitores, em contra partida, não vejo tantas elações de Cássio e na página do Ricar. Ver mais

Curir: Responder 82 14 de setembro de 2014 às 11:42

Escreva um comentário.

ENCONTRO ESTADUAL DAS LIDERANÇAS 45

Dia 18 de setembro às 16h30

Clube Cabo Branco • João Pessoa

Cássio 45 Wilson 145

CAMINHADA em CAMPINA GRANDE

HOJE, DIA 15

Concentração às 18h no Conjunto Ronatido Cunha Lima, no bairro do Ligório.

Cássio 45 Wilson 145

Cássio Cunha Lima
15 de setembro de 2014

Alô, Campina Grande! Hoje, às 18h, tem Caminhada 45 no Conjunto Ronatido Cunha Lima. Vista amarelo e vem com a gente! #UvOuComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Silveira Cássio, Aldo Cabral, Aldo Cabral, Cássio Cunha Lima e Adelmira Macielina

Curir: Comentar Compartilhar

2.831 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

123 compartilhamentos

Wesley Cavalcante Cássio quando será a carreta da vitória em Campina Grande?

Curir: Responder 10 15 de setembro de 2014 às 16:45

Cássio Cunha Lima Wesley, tã atento a nossa agenda aqui na página logo mais divulgamos. #Rede45

Curir: Responder 8 15 de setembro de 2014 às 16:53

Ver mais respostas

Reinaldo Yasuaki Vimos lá meu líder, tu com

Curir: Responder 1 15 de setembro de 2014 às 16:53

Escreva um comentário.

DEBATE

Hoje 15 de setembro

TV Itararé TV Cultura

Acompanhe pelo site: vitarare.com.br/transmissao

16h

Cássio 45 Wilson 145

Cássio Cunha Lima
15 de setembro de 2014

Logo mais, às 16h, na TV Itararé, em Campina Grande, tem debate eleitoral entre os candidatos ao Governo do Estado. Assista e compare o melhor para a Paraíba e Cássio governador. #UvOuComCássio #Cássio45

Você também pode assistir no link <http://bit.ly/1tdy9n>

#Rede45 — com cassio cunha lima e Leo Leandro

Curir: Comentar Compartilhar

Tereza Cláudia e outras 2.443 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

168 compartilhamentos

Karla Milene #UvOuComCássio

Curir: Responder 9 15 de setembro de 2014 às 17:45

Elvionete Lutz Vai com tudo cassio, vc tem a resposta pra tudo qn e pra eles deora esse r

Curir: Responder 8 15 de setembro de 2014 às 18:03

Rodrigo Cabral falta pouco para a ditadura do cássio a 45 mil

Curir: Responder 4 15 de setembro de 2014 às 18:03

Escreva um comentário.

DEBATE

Hoje
22 de setembro

Arapuan FM 95.3
João Pessoa

Acompanhe pelo site:
www.arapuanfm.com.br

12h50

Cássio 45 Wilson 145

Agenda

45

É Cássio, por toda a Paraíba!

Cássio vai cuidar MUITO MAIS da HABITAÇÃO

- Retomar o Cheque Moradia para reforma e construção de casas para quem não tem renda
- Cássio vai providenciar os títulos de posse dos documentos das casas, para conjuntos habitacionais, como o Cidade Verde
- Realizar obras de infraestrutura para viabilizar construção de casas através do Minha Casa, Minha Vida
- Programa habitacional para a zona rural

Cássio 45 Wilson 145

Muito obrigado João Pessoa! Da mesquinheira à vitalidade — com Roberto Silva, Wilson Antonio, Ruy Carneiro e outros 16 pessoas.

Cássio Cunha Lima
22 de setembro de 2014 · Editado · · · 12.865 curtidas

Cássio vai cuidar MUITO MAIS da SAÚDE

- Cássio vai realizar milhares de saúde com clínicas volantes com atendimentos de diversas especialidades
- Cássio vai aumentar leitos de obstetrícia
- Cássio vai garantir às mulheres aos oito meses de gestação vaga para o parto
- Cássio vai preparar rede de saúde para a realização de cirurgias eletivas

Cássio 45 Wilson 145

COMPRA DE VOTO É CRIME

Denuncie 3512.1001

Lei nº 4.738/05, art. 206
Criminal: crime, punível com reclusão de até 4 (quatro) anos

Cássio 45 Wilson 145

Agenda

45

É Cássio, por toda a Paraíba!

Parabéns Água Branca

Enche teu povo de emoção, e esperança ao coração

Cássio 45 Wilson 145

Parabéns Soledade

A história do teu povo encerra grande exemplo de paz e valor

Cássio 45 Wilson 145

Parabéns São José de Piranhas

Seus filhos são fortes, seu povo tem fé

Cássio 45 Wilson 145

CAMPINA GRANDE CARREATA

DOMINGO DIA 28

Concentração às 10h Rua Manoel Tavares

Cássio 45 Wilson 45

Cássio Cunha Lima
25 de setembro de 2014 · Editado · 0

Ah, Campina Grande! Domingo é dia de Carreata 45! A concentração será às 10h, na Avenida Manoel Tavares, no Alto Branco. De lá, segue para Conceição, Palmeira, Monte Santo, Bodocongó, Malvinas, Liberdade e fecha com chave de ouro no Catolé.

Vista amarelo, adesive seu carro, sua moto e sua bicicleta e vem com a gente encher a cidade de paz e bem! Esperamos por você! #EUVoUComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Píkera Angeli, Roberto Silva, Tereza Cristina, Ana Carolina, Catolé Vota Cássio, Cunha Lima, Luciana Santos e Ivanildo Lima Lima.

Curte · Comentar · Compartilhar

Paulo Ricardo, Nara Carolina e outras 3.256 pessoas curtiram isso.

639 compartilhamentos

João Antônio Sá Tenho convicção de que essa eleição só terá um turno e a perspectiva é de mais de 100 mil votos de maioria, uma vitória esmagadora. Acariciando Paraíba Vote 45 Cássio Cunha Lima, nosso governador a partir de 1º de janeiro de 2015.

Curte · Responder · 21 · 25 de setembro de 2014 às 00:04

Escreva um comentário.

Agenda 45

É Cássio, por toda a Paraíba!

Cássio 45 Wilson 45

Cássio Cunha Lima
25 de setembro de 2014 · Editado · 0

Bom dia! Curitiba nossa agenda para hoje:

13h - Entrevista na Rádio Rural de Guarabira AM 950. Você pode ouvir no site: <http://www.rádiorural950.com.br/> - Ver mais - com Ebulana Carvalho.

Curte · Comentar · Compartilhar

1.371 pessoas curtiram isso.

Mais relevantes

149 compartilhamentos

Raemem Matheus Seratazinho Le Espera De Braços Abertos! Vamos AV! Vota

Curte · Responder · 9 · 25 de setembro de 2014 às 10:27

Andrea Menezes não importa o que falarem no sr cassio eu e minha família acreditamos no sr vamos em voltar no sr cassio e e de graça

Curte · Responder · 7 · 25 de setembro de 2014 às 10:47

Deregnal Macedo Junior Gostaria que colocasse no seu plano o Projeto para Transformar a área do Pico do Jabre em Parque Nacional, porque como Parque Estadual está abandonada pelo Governo RC, e

Curte · Responder · 1

Escreva um comentário.

Já votei em Ricardo, mas todo mundo erra um dia.

Indiretas de Paz e Bem

Cássio 45 Wilson 45

Cássio Cunha Lima
25 de setembro de 2014 · Editado · 0

Curte e compartilhe usando a hashtag #pazEBem — com Franciele Dantas, Franciele Pereira, Everton Santos e outras 36 pessoas.

Curte · Comentar · Compartilhar

Tereza Cristina, Raíssa Macêdo, Rodrigues e outras 4.154 pessoas curtiram isso.

1.263 compartilhamentos

Filomena Ivone EU NUNCA VOTEI!

... para NACA, NADINHA, NADINHA, ... NUNCA ME ENGANOU ... NUNCA ME ENGANOU ... NUNCA ME ENGANOU ...

Curte · Responder · 40 · 25 de setembro de 2014 às 00:41

Ranieri Araujo Torres Eu fiz esse grande mau na minha vida... Agora é Cássio #45.

Curte · Responder · 21 · 25 de setembro de 2014 às 00:38

2 Respostas

Mabel Araujo Cássio amigo cada dia mais vc tá baixando o nível, mostre trabalho é o que vale mais.

Curte · Responder · 1

Escreva um comentário.

10 dias

faltam 10 dias

corrupção, mentiras, autoritarismo, câncer, ódio, desrespeito, ditadura, arrogância, oportunismo, perseguição

Vamos cortar esse mal pela raiz! #45 neles!

Cássio 45 Wilson 45

Cássio Cunha Lima
25 de setembro de 2014 · Editado · 0

Está chegando a hora!

Curte e compartilhe #EUVoUComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Clodaldo Chaves Ribeiro, Anzonaldo Moreira, Aparecida Lacerda e outras 33 pessoas.

Curte · Comentar · Compartilhar

Thiago Durand, Tereza Cristina, Tarciana Lira e outras 3.801 pessoas curtiram isso.

1.226 compartilhamentos

Luiz Cabral Não vai haver 2º turno Cássio é o governador, e tanto diz.

Curte · Responder · 21 · 25 de setembro de 2014 às 14:05

5 Respostas

Andrew Andrade Fora distor de merda, dia 5 acaba toda perseguição, arrogância e todas as maezias que esse governador impôs no estado. Heivoucomcassio #Cássio45 #Parabizarrado #Cássio45

Curte · Responder · 23 · 25 de setembro de 2014 às 14:05

Escreva um comentário.

FALTAM 3 DIAS PARA A MAIOR CARREATA DA HISTÓRIA DE CAMPINA

Concentração às 9h, na Rua Agamenon Magalhães (casa do Poeta)

Cássio 45 Wilson 45

Cássio Cunha Lima
25 de setembro de 2014 · Editado · 0

Ah, Campina Grande! Faltam só 3 dias para a Carreata 45!

A concentração será às 9h, na Rua Agamenon Magalhães, no Alto Branco. De lá, segue para Conceição, Palmeira, Monte Santo, Bodocongó, Malvinas, Liberdade e fecha com chave de ouro no Catolé.

Vista amarelo, adesive seu carro, sua moto e sua bicicleta e vem com a gente encher a cidade de paz e bem! Esperamos por você! #EUVoUComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Camille Lucia, Anzonaldo Moreira, Aparecida Lacerda e outras 39 pessoas.

Curte · Comentar · Compartilhar

Tereza Cristina, Paulo Ricardo e outras 2.502 pessoas curtiram isso.

368 compartilhamentos

Joacil Jacó Junior Vamos trazer esse ditador do governo #45

Curte · Responder · 14 · 25 de setembro de 2014 às 19:49

Escreva um comentário.

Cássio VAI FAZER MUITO PELA MOBILIDADE URBANA

Cássio vai construir o anel viário que vai interligar as BRs 101 e 230 para desviar o trânsito pesado de João Pessoa.

Cássio 45 Wilson 45

Cássio Cunha Lima
26 de setembro de 2014 · Editado · 0

Cássio vai construir obras para interligar a BR 101 à BR 230 em dois pontos, nos trechos para Recife e para Natal, e de lá até o Porto de Cabedelo, formando assim, um anel viário por fora de João Pessoa. #EUVoUComCássio #Cássio45

#Rede45

Curte · Comentar · Compartilhar

Tereza Cristina, Giseli Sampaio e outras 2.007 pessoas curtiram isso.

208 compartilhamentos

Maria Rita Cássio é o Governador do desenvolvimento, Cássio é Governador da infraestrutura, da saúde, da educação e do respeito ao povo paraibano. A vitória, vitória e a vitória se chega quem? #EUVoUComCássio

Curte · Responder · 18 · 26 de setembro de 2014 às 10:11

3 Respostas

Henrique Eduardo Cássio tem corpo alma e coração. A vitória Paraíba Cássio 45.

Curte · Responder · 15 · 26 de setembro de 2014 às 10:11

Escreva um comentário.

9 dias

faltam 9 dias

corrupção, mentiras, autoritarismo, câncer, ódio, desrespeito, ditadura, arrogância, oportunismo, perseguição

Vamos cortar esse mal pela raiz! #45 neles!

Cássio 45 Wilson 45

Cássio Cunha Lima
26 de setembro de 2014 · Editado · 0

Faltam nove dias para o fim da arrogância no Governo da Paraíba! #EUVoUComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Camille Lucia, Anzonaldo Moreira, Aparecida Lacerda e outras 39 pessoas.

Curte · Comentar · Compartilhar

Tereza Cristina, Julio Cesar Peres e outras 3.485 pessoas curtiram isso.

845 compartilhamentos

Elrika Cavalcanti #RC40

Curte · Responder · 21 · 26 de setembro de 2014 às 15:02

4 Respostas

Zenir Bezerra #EUVoUComCássio #Cássio45

Curte · Responder · 18 · 26 de setembro de 2014 às 15:07

Emanuelle Santos Ministério da Saúde Adverte Orçamento Não é Por que se Cheie

Curte · Responder · 29 · 26 de setembro de 2014 às 14:39

Escreva um comentário.

FALTAM 2 DIAS PARA A GRANDE CARREATA DE CAMPINA

Concentração às 9h, na Rua Manoel Tavares, no Alto Branco

Wilson 45 Cássio 45

Cássio Cunha Lima
26 de setembro de 2014 · Editado · 0

Ah, Campina Grande! Faltam só 2 dias para a Carreata 45!

A concentração será às 9h, na Avenida Manoel Tavares, no Alto Branco. De lá, segue para Conceição, Palmeira, Monte Santo, Bodocongó, Malvinas, Liberdade e fecha com chave de ouro no Catolé.

Vista amarelo, adesive seu carro, sua moto e sua bicicleta e vem com a gente encher a cidade de paz e bem! Esperamos por você! #EUVoUComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Ivanildo Lima Lima e Catolé Vota Cássio Cunha Lima.

Curte · Comentar · Compartilhar

Tereza Cristina e outras 2.885 pessoas curtiram isso.

268 compartilhamentos

Lucivania Ferreira E vamos que vamos e 45-78

Curte · Responder · 10 · 26 de setembro de 2014 às 17:23

3 Respostas

Escreva um comentário.

DEBATE

Hoje 26 de setembro

TV Correio João Pessoa

22h40

Cássio 45 Wilson 45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014 · Editado · 0

Logo mais, às 22h40, na TV Correio, tem debate eleitoral entre os candidatos ao Governo do Estado. Acompanhe e compare o que o melhor para a Paraíba Cássio governador! #EUVoUComCássio #Cássio45

Você também pode assistir aqui: <http://bit.ly/1rkOgGc>

#Rede45 — com Kike Borges.

Curte · Comentar · Compartilhar

Tereza Cristina e outras 2.994 pessoas curtiram isso.

268 compartilhamentos

Francinaldo Dias Cássio o melhor pra Paraíba.

Curte · Responder · 18 · 25 de setembro de 2014 às 22:07

Náide Ferreira Estou pronta pra votar em vc meu amor

Curte · Responder · 12 · 25 de setembro de 2014 às 22:07

Estyly Soares Assis Lado Ricardo está melhor no Debate vs Cássio Cunha Lima

Curte · Responder · 6 · 27 de setembro de 2014 às 19:07

Escreva um comentário.

Por mais que Ricardo queira desviar o foco do debate, eu vou propor soluções para os problemas da Paraíba. Porque apresento as melhores propostas.

#DebateCorreio

Cássio 45 Wilson 45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014 · Editado · 0

#DebateCorreio #Rede45

Curte · Comentar · Compartilhar

Tereza Cristina, Paulo Ricardo e outras 5.314 pessoas curtiram isso.

719 compartilhamentos

Tereza Cristina Muito bem Cássio quem vive de passado e museu é tanto que o museu estar aí do teu lado amo vc Cássio

Curte · Responder · 4 · 27 de setembro de 2014 às 01:13

Luciane Alves #FoucomRicardo40

Curte · Responder · 27 · 27 de setembro de 2014 às 01:24

Felipe Joviani Cássio DANHA PRIMEIRO BLOCO PROPOSTAS E MELHOR DO ACUSAÇÃO E Cássio TEM PROPOSTAS, O OUTRO ESTA DESPREZANDO

Curte · Responder · 17 · 27 de setembro de 2014 às 01:11

5 Respostas

Felipe Freire And the Oscar Goes to... Cássio! Plena e em pleno auge da justiça. #Eivoucomcassio

Curte · Responder · 1

Escreva um comentário.

Agenda
É Cássio, por toda a Paraíba!

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

Bom dia! Confira nossa agenda para hoje:
11h - Debate na TV Tambaú entre os candidatos ao Governo do Estado.
- Ver mais

Curte · Comentar · Compartilhar
Tereza Cristina e outras 1.818 pessoas curtiram isso.
138 compartilhamentos

Evilene Masdel Vivevem Cássio vem, Pedras de Fogo se apuram!
Curte · Responder · 19 · 27 de setembro de 2014 às 09:05

Karen Almeida Campos É desengano
AKKKKKKK é a vontade de Deus e o povo meu! foi tanta calma homiia a lapada vai ser dia 09 de outubro e a toda minha família estamos fechados com o 45 é Cássio esse menino e quem n aguentar que cora andará o tempo de falar viuuvuvu? Beberis por neacique
Curte · Responder · 17 · 27 de setembro de 2014 às 12:36

Escreva um comentário...

Cássio Venceu o Debate
POR APRESENTAR AS MELHORES PROPOSTAS PARA A PARAÍBA

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

Foi na paz, no bem e na proposta.
#EUVoComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Ivanildo Lima Lima

Curte · Comentar · Compartilhar
Iolanda Barbosa, Tereza Cristina, Mais relevantes: Taita Mirena e outras 4.251 pessoas curtiram isso.
724 compartilhamentos

Alla Simplicia São José do Sabugi e Cássio 45, pra melhorar sempre
Curte · Responder · 28 · 27 de setembro de 2014 às 02:54

Digienes Brasil Proposta todo mundo tem, todo mundo promete. O senhor não lembra de ter candidato mais tempo do senhor. Caba lugar uma proposta e um projeto diferente, o senhor vai a decenas de lugares por semana, o senhor acha que em a anos vai cumprir todas?
#CASSIO LIMA Estabeleceu uma diárida anual na Paraíba, o povo não vê e daí filio to #K3999999
Curte · Responder · 27 · 27 de setembro de 2014 às 11:03

Escreva um comentário...

IPESP CONFIRMA VITÓRIA DE CÁSSIO NO 1º TURNO

Cássio **43%**
Ricardo **36%**
Vitalinho **3%**

Cássio 45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

A Paraíba vai com Cássio. É no primeiro turno. Avante!
#EUVoComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Lidiane Cardoso, Lucas Lima, Viana Thércia Pereira Ribeiro, Rian Campos, Regina Araújo Valmir César, Marco Rodrigues, Edlane Madruga, Rafael Masdel, Rya Gonçalves e Sérgio Júnior

Curte · Comentar · Compartilhar
4.946 pessoas curtiram isso. Mais relevantes: 2.198 compartilhamentos

Assunto Digo Vamos trabalhar...
Agora e a hora
Dai as ruas o que tá lazarja vamos AMARELAR. N. No mais
Curte · Responder · 78 · 27 de setembro de 2014 às 10:54

3 Respostas

Kleber Bugi Primeiro turno e festa ser maior
Curte · Responder · 30 · 27 de setembro de 2014 às 10:52

Escreva um comentário...

DEBATE
Hoje
27 de setembro
TV Tambaú
João Pessoa
11h

Cássio 45 **Wilson 145**

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

Daquí a pouco, às 11h, na TV Tambaú, tem debate eleitoral entre os candidatos ao Governo do Estado. Acompanhe e comprove que o melhor para a Paraíba é Cássio governador!
#EUVoComCássio #Cássio45

Você também pode assistir aqui:
http://tambaú27.com.br/#Rede45 — com Izelda Santana, Valécia Silva, Cássio Diniz e Josivaldo Silva

Curte · Comentar · Compartilhar
2.629 pessoas curtiram isso. Mais relevantes: 181 compartilhamentos

Ewerton Costa Cássio sou de João Pessoa e to sendo obrigado a ir para uma cidade de Ricardo e de Lucelio amanhã nós Funcionarios e outis em Mandacaru
Curte · Responder · 15 · 27 de setembro de 2014 às 14:10

5 Respostas

Prédio Alveiz Cássio foi muito bem no debate de tv comio
Curte · Responder · 19 · 27 de setembro de 2014

Escreva um comentário...

Faltam 8 dias

desrespeito, corrupção, mentiras, preconceito, ódio, intolerância, ditadura

Vamos cortar esse mal pela raiz!
Cássio 45 neles!

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

Faltam só oito dias para o fim do oportunismo na Paraíba.
#EUVoComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Ewerton Santos, Emmanoel Alves, Antônio Da Silva Dantas e outros 36 pessoas

Curte · Comentar · Compartilhar
Patricia Alencar e outras 3.254 pessoas curtiram isso.
736 compartilhamentos

Diego Montenegro Apresenta uma proposta já lá ficando mais essa agenda. "Trabalhar a lio difícil assim para você, candidato?"
Curte · Responder · 47 · 27 de setembro de 2014 às 14:28

Cássio Cunha Lima @ Oi, Diogo! Postamos propostas diariamente aqui na página. Confira algumas que foram postadas ontem:
http://bit.ly/1v48Dco... - Ver mais
Curte · Responder · 31 · 27 de setembro de 2014 às 14:29 · Editado

Ver mais respostas.

Escreva um comentário...

Parabéns Mulungu
Terra riçosa tão guerreira e destemida.
Os seus filhos reconhecem o teu valor.

Cássio 45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

Curte · Comentar · Compartilhar
55 pessoas curtiram isso. Mais relevantes: 15 compartilhamentos

Wilverton Souza Ao aguardando a vinda de Cássio 45
Curte · Responder · 29 de setembro de 2014 às 02:14

Kaier Cristina Parabéns minha terra quando já longe mas quarta feira id ai com 8 em Deus
Curte · Responder · 28 de setembro de 2014 às 09:45

Govanry Tavares Mulungu Mylena, Ana, Monni
Curte · Responder · 27 de setembro de 2014 às 10:42

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça
Tércio Arnaut
2 respostas em comum

Parabéns Cacimba de Dentro
Terra digna e de povo trabalhador

Cássio 45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

Curte · Comentar · Compartilhar
37 pessoas curtiram isso. Mais relevantes: 3 compartilhamentos

Allan Nunes Sandrinha Bruno Paulino oha tua cidade está de parabéns!
Curte · Responder · 1 · 27 de setembro de 2014 às 01:43

Rosine Oliveira Eduardo Cabral
Curte · Responder · 1 · 27 de setembro de 2014 às 16:30

Kandra Batista Cidade o amol Paraíba minha cacimna.
Curte · Responder · 29 de setembro de 2014 às 16:01

Priscilla Sousa Minha cidade querida
Curte · Responder · 27 de setembro de 2014 às 16:30

Escreva um comentário...

Cássio Vence Mais um Debate
COM PROPOSTAS, FOCO E RESPEITO.

Cássio 45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

Não adianta provocar, Cássio é proposta e compromisso com a Paraíba.
#EUVoComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Celis Nascimento, Albarade Pereira Gomes, Edlane Madruga, Hélder Feneira Shay e Ernane Abrazante Lins

Curte · Comentar · Compartilhar
Tereza Cristina, Raíssa Macêdo, Mais relevantes: Rogério, Cláris Sampaio e outras 5.800 pessoas curtiram isso.
857 compartilhamentos

Renato Carvalho Respeito que o atual governador não tem. Nem pelos médicos, nem pelos professores, nem pelos demais servidores... Acho que nem por ele mesmo. Enquanto soube lá so monte, Cássio se resolveu aos debates e láa aquilo que o povo da Paraíba quer ouvir: Vamos eleger Cássio no primeiro turno!
Curte · Responder · 99 · 27 de setembro de 2014 às 15:12

9 Respostas

Escreva um comentário...

É AMANHÃ CARREATA EM CAMPINA

DOMINGO DIA 28
Concentração às 9h. Av. Manoel Tavares

Cássio 45 **Wilson 145**

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

Alô, Campina! É amanhã a grande Carreata 45!

A concentração será às 9h, na Avenida Manoel Tavares, no Alto Branco. De lá, segue para Conceição Palmeira, Monte Santo, Bodocongo, Makenes, Liberdade e fecha com churrasco de outo no Catolé. - Ver mais — com Jarbana Dias, Tais Gomes, Luciano Juliano e Bug Karrazzeiro

Curte · Comentar · Compartilhar
Tereza Cristina, Geisel Sampaio e outras 3.395 pessoas curtiram isso.
374 compartilhamentos

Joelson Cardoso Eielito: Cássio e Maranhão. É doitoral ao serião. 45 e 195
Curte · Responder · 19 · 27 de setembro de 2014 às 21:36

Walisson Pereira A maior carreata da História parabi
Curte · Responder · 14 · 27 de setembro de 2014 às 21:45

Marcia Medeiros Gal Cora Ricardo, tu não tem mais CASSIO 45? Agora a ver a do momento.
Escreva um comentário...

LEVE SOMENTE A PAZ E O BEM PARA A CARREATA

Se for dirigir, não beba. Mas se beber, vá de carona.

Cássio 45

Cássio Cunha Lima
28 de setembro de 2014

Chegou a hora, Campina! Estamos agora na Avenida Manoel Tavares, nos concentrando para a grande Carreata 45 e esperando por você.

Vista amarelo, adesive seu carro, sua moto e sua bicicleta e vem com a gente encher a cidade de paz e bem! E não se esqueça que álcool e direção não combinam.
#EUVoComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Elton Emmanuel e calde vota cassio cunha lima

Curte · Comentar · Compartilhar
Tereza Cristina e outras 3.512 pessoas curtiram isso.
201 compartilhamentos

Adriana Paula Cássio estas sabendo que Ricardo recebeu os bombeiros e um para trabalhar fora de João pessoa no dia da eleição? Para que assim eles não poder vota. Abrevidade de que estavam de licença foram obrigados a trabalhar e nenhum ter o direito de vota. Já não está fora de sua lista. ABREVIDADE
Escreva um comentário...

Cássio cuidou da Segurança Pública

Concursos públicos para as polícias Civil e Militar

45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

21 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

4 compartilhamentos

Apolonia Ribeiro TERAO UM GD APOIO DE NOSSO CASSIO
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 04:51

Apolonia Ribeiro COM CERTEZARAO TRABALHAR COM MAIS SEGURANCA
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 04:51

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça Ver tudo

Tercio Amaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio cuidou da Segurança Pública

Aumento de 60% no vencimento básico do soldado e de 276% no de delegados.

45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

18 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

14 compartilhamentos

Maria Vieira esse é tudo de bom
Curtir · Responder · 22 de outubro de 2014 às 15:45

Maria Vieira esse meu governador
Curtir · Responder · 22 de outubro de 2014 às 15:44

Apolonia Ribeiro ELE ACREDITA E RESPRTA DESSA EO PROXIMO
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 04:56

Apolonia Ribeiro CASSIO TEM EXPERIENCIAS TEM ETICA TEM TALENTOS E EDUCADO DE BEMÇO E MAIS TEM UMA GD FORMACAO RELIGIOSA
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 04:56

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça Ver tudo

Tercio Amaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio cuidou da Segurança Pública

Fim da figura do delegado leigo, que politizava a polícia. Todos os delegados eram concursados e de carreira.

45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

13 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

13 compartilhamentos

Daio Modesto essas conversas não se cram
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 13:13

Apolonia Ribeiro MAS SERA TD RESOLVIDO DESSA CASSIO TRABALHAR QUE VO IRAO VER COMO SE TRABALHA NAO E FAZENDO FARRAS NA GRANLA SANTANA SEGUNDO INDICACOES DE PESSOAS QUE TRABALHAM NO PALACIO DA REDENCAO PISCARDO NUNCA VALLA SE FOI UMAS DS VEZES NESTA GESTAO FOI MUITO QUE ABSURDO ENTAO O QUE ELE ESTAVA FAZENDO ENGANANDO OS BROS
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 04:50

Apolonia Ribeiro REALMENTE TEM UNAS SEM FORMACAO INTELCTUAL AI FICA DIFICIL
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 04:52

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça Ver tudo

Tercio Amaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio cuidou da Segurança Pública

Duplicação do efetivo da Polícia Civil, de 1.021 para 2.136

45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

25 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

2 compartilhamentos

Escreva um comentário...

Patrocinado por Hospital de Visão
Criar anúncio

STIGMATISMO MIOPIA
TISMO MIOPIA HIFE

Hospital de Visão
No Hospital de Visão você conta com o laser
Indicador - Joco na Paraíba - Joco na Paraíba

Pessoas que você talvez conheça Ver tudo

Tercio Amaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio cuidou da Segurança Pública

Modernização e quase duplicação da frota policial.

45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

28 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

9 compartilhamentos

Apolonia Ribeiro SE ELE NAO QUISSE NOSSO BEM ESTARIA EM BRASLIA CONCLUNDO SEU MANDATO DE SENADOR DE FATO DE DIREITO NAO SE PUJANDO TAPETE DE NINOUENAO
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 04:50

Apolonia Ribeiro TD SERA FEITO SERA RENOVADO COM MUITO AMOR E CARINHO DO NOSSO CASSIO
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 04:57

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça Ver tudo

Tercio Amaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio cuidou da Segurança Pública

Aumento do efetivo da Polícia Militar em 41%, de 7.300 para 10.300 homens

45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

32 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

12 compartilhamentos

Jose Romildo e veredes
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 12:16

Apolonia Ribeiro PODE TER CERTEZA ACREDITE E CONFIE CASSIO NAO ERA DECEPOANAR NINGUEM
Curtir · Responder · 1 28 de setembro de 2014 às 04:50

Apolonia Ribeiro cASSIO FEZ E FARA MUITO MAIS
Curtir · Responder · 1 28 de setembro de 2014 às 04:49

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça Ver tudo

Tercio Amaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio cuidou da Segurança Pública

Informatização de todas as delegacias de polícia do Estado

45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

21 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

4 compartilhamentos

Apolonia Ribeiro E COMO AS NOBISAS ESCOLAS ESTUDANTES SEM AULAS SEM CONDIÇÕES DE SE LOCOPER ESSES QUE SAO DA ZONA RURAL SOFERIAM DUBIANS SEM ONIBUS ESCOLARES AI RECARDO ABRE A BOCA PARA DIZER MENTRAS
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 05:07

Apolonia Ribeiro CASSIO AS DELEGACIAS DE NOSSO ESTADO JA ERAM FECHADAS SEM CONDIÇÕES DE TRABALHOS
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 05:06

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça Ver tudo

Tercio Amaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio cuidou da Segurança Pública

Lançamento do projeto Soldado Temporário, para jovens dispensados do serviço militar.

45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

21 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

5 compartilhamentos

Apolonia Ribeiro MUITO BEM CASSIO SO VC MESMO PARA FAZER ISSO
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 05:05

Apolonia Ribeiro QUE BOM AS PESSOAS TEREM ATIVIDADES E SERAO APROVEITADOS
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 05:04

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça Ver tudo

Tercio Amaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio cuidou da Segurança Pública

Criação de Delegacia On-line, para atendimento via Internet.

45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

22 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

4 compartilhamentos

Apolonia Ribeiro ELE NAO TEM TEMOR DE DEUS NAO
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 05:06

Apolonia Ribeiro CASSIO EM TODA MINHA VIDA NUNCA VI UM HOMEN PARA MENTIR MENTIR TANTO COMO RECARDO DAR NOVO MESMO
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 05:06

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça Ver tudo

Tercio Amaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio cuidou da Segurança Pública

Instalação de computadores de bordo em grande parte da frota policial.

45

Cássio Cunha Lima
27 de setembro de 2014

21 pessoas curtiram isso. Mais relevantes

14 compartilhamentos

Apolonia Ribeiro MAS HU COM ESSA GESTAO DE recardo E UMA VEROOHNA ANDA QUER COBRAR COS A AGUENTA-O (recard) VOTPS DE CABREITOS
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 05:05

Apolonia Ribeiro SERAO VALORIZADOS SERAO MAIS CAPACITADOS E TERAO MAIS ANIMOS PARA ATUAR SUA FUNCAO
Curtir · Responder · 28 de setembro de 2014 às 04:59

Escreva um comentário...

Pessoas que você talvez conheça Ver tudo

Tercio Amaud
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Cássio cuidou da Segurança Pública

Instalação de **sistemas de transmissão e terminais móveis de dados em viaturas**

45

Cássio cuidou da Segurança Pública

Instalação de **sistema automatizado de identificação por impressões digitais e um sequenciador de DNA, primeiro no Nordeste, terceiro no Brasil.**

45

Cássio cuidou da Segurança Pública

Construção de **seis grandes presídios**

45

Cássio cuidou da Segurança Pública

Instalação de **postos de atendimento policial comunitário**

45

Cássio cuidou da Segurança Pública

Falta uma semana para a Paraíba dizer não à ditadura #EuVouComCássio #Cássio45

#Reide45

faltam **7 dias**

Vamos cortar esse mal pela raiz! **45 neles!**

Cássio cuidou da Segurança Pública

SOMOS **200 MIL** que preferem uma Paraíba livre da mentira, da incompetência e da corrupção.

Dia 05 é **45 neles!**

Cássio cuidou da Segurança Pública

Agenda 45

É **Cássio**, por toda a Paraíba!

Cássio cuidou da Segurança Pública

Faltam apenas seis dias para o fim do desrespeito do atual governo com a Paraíba #EuVouComCássio #Cássio45

#Reide45 — com Jonas Abrantes, Joao Victor X, Kamylla Alves, Jádier Judson e outras 41 pessoas.

faltam **6 dias**

Vamos cortar esse mal pela raiz! **45 neles!**

Cássio cuidou da Segurança Pública

Muito obrigado. Campana. A mais comoverte manifestação que já vi em toda a minha vida — com Bruno Cavalcanti Pontes.

Bom dia! Confira nossa agenda para hoje: 16h - Comício Raliçmpago em Cachoeira dos Índios Local: Centro. - Ver mais — com Alexandre Messer Jr.

faltam **5 dias**

Cássio cuidou da Segurança Pública

Faltam apenas cinco dias para a Paraíba confirmar que quer um governo de paz e bem! #EuVouComCássio #Cássio45

#Reide45 — com Diego Nascimento, Demetrio Elly, Dami E Paloma e outras 28 pessoas.

faltam **5 dias**

Vamos cortar esse mal pela raiz! **45 neles!**

HOJE TV Cabo Branco
João Pessoa

DEBATE



30 22h
de setembro

Cássio 45 Wilson 45

Cássio Cunha Lima
30 de setembro de 2014 · 4h

Nesta noite, às 22h, depois da novela, na TV Cabo Branco, tem debate entre os candidatos ao Governo do Estado.

Assista e comprove, mais uma vez, que Cássio é o mais preparado para governar a Paraíba. #EuVouComCássio #Cássio45

#Reade45

Curir · Comentar · Compartilhar

Terеза Cristina, Isai Brito Vilami, Mais relevantes: Cássio Cunha Lima e outras 2.925 pessoas curtiram isso.

Jaciara Pereira Miranda Miranda Cassio vai fechar com chave de ouro amassa futuro governador 45neles
Curir · Responder · 24 · 30 de setembro de 2014 às 14:27

Terезаinha Paiva Com certeza é 45
Curir · Responder · 11 · 30 de setembro de 2014 às 14:26

Jennifer Lúcio Hoje é perco oro v8 Ricardo lhe dantei uma kurra na daltaria com entovista a
Curir · Responder · 1 · 30 de setembro de 2014 às 14:25

Escreva um comentário...

A vontade de PATOS

A vontade de POMBAL

A vontade de CAJAZEIRAS

45

Cássio Cunha Lima
30 de setembro de 2014 · Editor · 4h

Mandamos um agradecimento especial a Patos, Pombal e Cajazeiras, que orden se vestiram de amarelo e ficaram o Sertão virar mar de gente em total apoio a Cássio. Esta confirmado: o Sertão vota 45! #EuVouComCássio #Cássio45

#Reade45 — com Lucas Lima, Mykkaandra Dynha, Artur Multinival Azevedo, Erlene Alves, Elizangela Silva, Artur Azevedo Lacerda, Edvaldo Leite de Cabral e Edilane Maduga

Curir · Comentar · Compartilhar

Thiago Durani, Terеза Cristina, Mais relevantes: Julia Cesar Pires e outras 5.397 pessoas curtiram isso.

1.693 compartilhamentos

Terеза Cristina Oh que maravilha Jesus sumiu. Os caminhos de Cássio

Curir · Responder · 5 · 30 de setembro de 2014 às 15:26

Antonio Carlos A gente vota no melhor para Paraíba Santa Lucia e o Vale do Paraíba também está com Cássio!
Curir · Responder · 47 · 30 de setembro de 2014 às 15:58

Escreva um comentário...

GRANDE COMÍCIO DA VITÓRIA

QUARTA-FEIRA, DIA 03

Campina Grande • Rua do Sol, Santa Rosa • 20h

Cássio 45 Wilson 45

Cássio Cunha Lima
30 de setembro de 2014 · 4h

ALÓ, CAMPINA GRANDE! Amanhã, dia 1º de outubro, tem o Grande Comício da Vitória!

Vamos, mais uma vez, colorir a cidade de amarelo e mostrar a todo mundo que Campina vota 45! Esperamos por você!

À vitória! #EuVouComCássio #Cássio45 #Reade45 — com Fátima Corina, Josévaldo Silva e Edilane Maduga

Curir · Comentar · Compartilhar

3.621 pessoas curtiram isso. Mais relevantes: 776 compartilhamentos

Terеза Cristina Sou do 45 Cássio
Curir · Responder · 30 de setembro de 2014 às 16:48

Nathaly Felfusa Quinta é em Jampa, procede? #Reade45
Curir · Responder · 13 · 30 de setembro de 2014 às 17:40

Cássio Cunha Lima @ Cib, Nathaly Agradecemos a apoio. Faremos um
Curir · Responder · 1 · 30 de setembro de 2014 às 17:40

Escreva um comentário...

DAQUI A POUCO

DEBATE

Logo após a novela Império



22h

Cássio 45 Wilson 45

Cássio Cunha Lima
30 de setembro de 2014 · 4h

Daqui a pouco, depois da novela Império, tem debate entre os candidatos ao Governo do Estado.

Assista e comprove, mais uma vez, que Cássio é o mais preparado para governar a Paraíba.

À vitória! #EuVouComCássio #Cássio45

#Reade45 — com Ivanildo Lima Lima

Curir · Comentar · Compartilhar

Alino Rodrigues e outras 2.236 pessoas curtiram isso.

336 compartilhamentos

Esqualetes Diversos Intífere Cássio vc pode ter a certeza que vc vai ganhar oha so isso: quando eu tiver grande da minha primeira menha vc ganho quando eu tiver grande da minha segunda fica vc ganho e agora eu to grande de novo quem vai ganhar é 2000%vcod sempre mas vou logo te avisando esta é a minha ultima gravidez tá...kkkkk
Curir · Responder · 40 · 30 de setembro de 2014 às 23:09

Escreva um comentário...

Agenda



45

É Cássio, por toda a Paraíba!

Cássio Cunha Lima
1 de outubro de 2014 · 4h

Bom dia! Confira nossa agenda para hoje:

13h - Debate entre os candidatos ao Governo na Rádio Coniço FM 98.3

Accompante no site <http://www.coniicosm.com.br/>. Ver mais

Curir · Comentar · Compartilhar

Terеза Cristina e outras 1.980 pessoas curtiram isso.

146 compartilhamentos

Owynnys Rafael Vai ser de primeiro tanto via... #Reade45... rumo à vitória
Curir · Responder · 23 · 1 de outubro de 2014 às 10:02 · Respostas

2 Respostas

Luiane Nascimento 45 néles... Rumo a vitória se Deus quiser...
Curir · Responder · 12 · 1 de outubro de 2014 às 10:01

Carla Oliveira Cássio na sua educação...
Curir · Responder · 1 · 1 de outubro de 2014 às 10:00

Escreva um comentário...

MOBILIDADE

Vai ser melhor com Cássio

Faixa exclusiva para ônibus coletivos na BR 230

Alças viárias

Entre as BRs 101 e 230, em João Pessoa

Entre as BRs 230 e 104, em Campina Grande

Ponte Cabedelo-Lucena e ligação entre as BRs 101 e 230

Via Costeira Norte, aproveitando o traçado da PB-11

45

Cássio Cunha Lima
1 de outubro de 2014 · 4h

Conheça as nossas propostas para a mobilidade urbana. #EuVouComCássio #Cássio45

#Reade45 — com Edilane Maduga

Curir · Comentar · Compartilhar

Taís Miro e outras 2.872 pessoas curtiram isso.

306 compartilhamentos

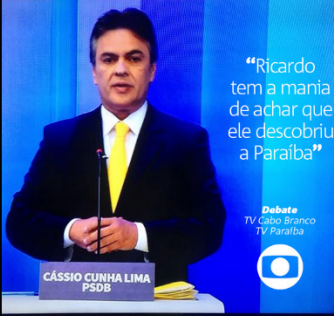
Christien Gabriel Eu amei quando Cássio disse a Ricardo Paraíba que você descobriu a Paraíba em 3 anos "Vamos Ganhar Cássio"
Curir · Responder · 32 · 1 de outubro de 2014 às 03:59

2 Respostas

Romertage Pereira Cássio não perseguia nem semtu professor com mais de 10 anos no estado! Cássio respeita o servidor público da Paraíba!
Curir · Responder · 9 · 1 de outubro de 2014 às 01:05

Robenildo Lemeira Não sou louco de votar em Cássio.
Curir · Responder · 1 · 1 de outubro de 2014 às 01:05

Escreva um comentário...



“Ricardo tem a mania de achar que ele descobriu a Paraíba”

Debate TV Cabo Branco TV Paraíba

Cássio Cunha Lima
1 de outubro de 2014 · 4h

#DebatePB #EuVouComCássio #Cássio45 #Reade45 — com Vanessa Theresia Pereira Ribeiro e Elizangela Silva

Curir · Comentar · Compartilhar

Terеза Cristina, Giseli Sampaio, Alino Rodrigues e outras 7.111 pessoas curtiram isso.

1.393 compartilhamentos

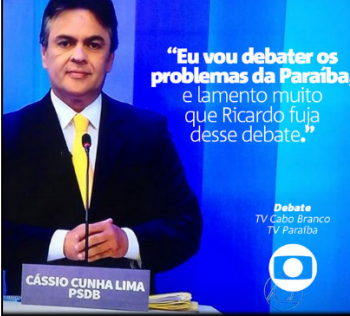
D Young Cigano Cigano Opovo num se vende nem se vende ao governador que oprime Paraíba e demais servidores com mais de 20 anos no estado 45neles
Curir · Responder · 90 · 1 de outubro de 2014 às 01:31

4 Respostas

Luciana Agra de Oliveira Eu more em açaraí Ricardo la mentiroso are nao fez nenhuma aduão cassio inciu e ricardo nao concluiu nao existiu aqui encurado em açaraí
Curir · Responder · 33 · 1 de outubro de 2014 às 01:31

Itaavi Gomes Ninguém pode tira oque Deus escolheu para nossa vidas e Deus escolheu
Curir · Responder · 1 · 1 de outubro de 2014 às 01:31

Escreva um comentário...



“Eu vou debater os problemas da Paraíba, e lamento muito que Ricardo fuja desse debate.”

Debate TV Cabo Branco TV Paraíba

Cássio Cunha Lima
1 de outubro de 2014 · 4h

#DebatePB #EuVouComCássio #Cássio45 #Reade45 — com Ivanildo Lima Lima

Curir · Comentar · Compartilhar

Giseli Sampaio, Taís Miro, Patricia Azeite e outras 5.371 pessoas curtiram isso.

490 compartilhamentos

Luciane Agra de Oliveira Eu quero demiti esse governador e vergonha na cara chamado ricardo nao exist aqui encurado em açaraí que governador mentoso
Curir · Responder · 69 · 1 de outubro de 2014 às 02:13

14 Respostas

Jennifer Vieira To com vc e abra vai nessa meu governador vota e fever. A vitória ja es nossa 45
Curir · Responder · 49 · 1 de outubro de 2014 às 02:13

5 Respostas

Elisangela Nóbrega Eu tenho uma vida limpa e a Paraíba me cometeu Eu poderia ter domo...
Curir · Responder · 1 · 1 de outubro de 2014 às 02:13

Escreva um comentário...

Parabéna Brejo do Cruz

Terra que irradia esplendor.



Cássio 45 Wilson 45

Cássio Cunha Lima
1 de outubro de 2014 · 4h

Hoje, um dos municípios mais amigos da Paraíba completa mais um ano de vida. Parabéns, Brejo do Cruz! #Reade45

Curir · Comentar · Compartilhar

Terеза Cristina, Antonio Richea F., Mais relevantes: Neto e outras 2.026 pessoas curtiram isso.

19 compartilhamentos

Jessatas Silva pessoas que quem falar mal de cassio pq vc nasceu pra pagoda de ricardo boca torta e deita do so quem quer ver a vitória de cassio e a terra da paraiba
Curir · Responder · 35 · 1 de outubro de 2014 às 11:37

9 Respostas

Neto de Oliveira 45
Curir · Responder · 7 · 1 de outubro de 2014 às 11:35

João Neto Brejo do Cruz Moral, Fabricio Marcano e Antonio Gama Lima! Brejo vai te pagar!
Curir · Responder · 3 · 1 de outubro de 2014 às 11:35

Escreva um comentário...

SAÚDE

Vai ser melhor com Cássio

Hospital de Emergência e Trauma do Sertão

Hospital de Oncologia do Sertão, em Patos

Hospital de Emergência e Trauma em Santa Rita

Clínicas Volantes e Nutrões de Saúde

Centros de Especialidades e Diagnóstico por Imagem

4 Núcleos de Hemodiálise

45

Cássio Cunha Lima
1 de outubro de 2014 · 4h

Conheça as nossas propostas para a saúde. #EuVouComCássio #Cássio45

#Reade45 — com Silva Cassio

Curir · Comentar · Compartilhar

Giseli Sampaio e outras 2.967 pessoas curtiram isso.

388 compartilhamentos

Ererton Brasil Ricardo tá é louco 45 nele domingo
Curir · Responder · 30 · 1 de outubro de 2014 às 02:38

Ironaldo Leal Ricardo é muito baio! N problemas deitar mais 4 anos de torturas psicológicas, mentais e obras fantasma...
Curir · Responder · 10 · 1 de outubro de 2014 às 02:45

Fuga Brás Em 7 anos tá não ficada, tá não ser aparecer em estándios e agora vem com papinho de enganar crang?? Se muoe de câncer pelo amor de deus!!
Curir · Responder · 19 · 1 de outubro de 2014 às 02:43

Escreva um comentário...

VITÓRIA

CÁSSIO VENCEU O DEBATE COM AS MELHORES PROPOSTAS PARA A PARAÍBA



45

Cássio Cunha Lima
1 de outubro de 2014 · 4h

Por um governo que respeita as pessoas. É 45 na cabeça! #Cássio45 #EUYouComCássio

#Rede45 — com Ediane Madruga, Caio Paixão, Adriana Pontes, Glaucio Lacerda e Rômulo Dantas

Curtir · Comentar · Compartilhar

Tereza Cristina, Rafaela Magalhães, Mais relevantes...
Rodrigues, Dieli Sampaio e outras 9.147 pessoas curtiram isso.

153 compartilhamentos

Júlia Rodrigues #EUYouComCássio
Curtir · Responder · 3 · 1 de outubro de 2014 às 02:48

Fernando Fiala Depois de um Debate desse só aumenta minha vontade de deixar 45 e confirmar no próximo domingo! #EUYouComCássio45
Curtir · Responder · 45 · 1 de outubro de 2014 às 02:48

Wlanyery Gatharys Se aquilo for vencer debate eu não quero nem saber quando ele perder um debate kkk
Curtir · Responder · 157 · 1 de outubro de 2014 às 02:48

Escreva um comentário.

faltam **4** dias

corrupção
mentiras
autoritarismo
fancor

Vamos cortar esse mal pela raiz! **45** meses!

Cássio Cunha Lima
1 de outubro de 2014 · 4h

Faltam apenas 4 dias para um governo novo, de paz e bem. A vitória. Paraíba #EUYouComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Mozart Medeiros e Adria Lacerda

Curtir · Comentar · Compartilhar

Isaio Brito Vilamim, Antonio Rocha, Mais relevantes...
F. Neto e outras 3.518 pessoas curtiram isso.

260 compartilhamentos

Fabio Matheus Rincunardi diz que criou mais 840 letos num debate, no outro dia q foram mais de 900, no outro debate diz q foram mais de mil e nesse agora da la paraba diz q foram mais de 1.040 letos kkkk e cada um... num sabe nem mentir kkkk
Curtir · Responder · 32 · 1 de outubro de 2014 às 13:34

13 Respostas

Alexandre Nonato Eu sou 45
Curtir · Responder · 17 · 1 de outubro de 2014 às 13:19

Roseleide Nunes Cassio nuncaaa to fora
Escreva um comentário.

DEBATE

Rede Correio Sat



CÁSSIO VAI!

É daqui e pouco / 13h

Acompanhe pelo site: www.correiosat.com.br

Cássio 45 **Wilson 145**

Cássio Cunha Lima
1 de outubro de 2014 · 4h

Daqui a pouco, às 13h, na Rede Correio Sat, tem debate entre os candidatos ao Governo do Estado.

Acompanhe e compare, mais uma vez, que Cássio é o mais preparado para governar a Paraíba. #EUYouComCássio #Cássio45

Você também pode ouvir no site <http://www.correiosat.com.br> #Rede45 — com Elizângela Silva

Curtir · Comentar · Compartilhar

Isaio Brito Vilamim e outras 2.750 pessoas curtiram isso.

189 compartilhamentos


Bruno Eduardo Nunes Cássio aprenda uma coisa, nunca apete ninguém que mais tarde vai te apontar pelas costas, colosse Ricardo no governo e hoje ele te retrub com orelhas, que foque a lição.
Curtir · Responder · 53 · 1 de outubro de 2014 às 14:36

10 Respostas

Escreva um comentário.

“Lamento que o governador tenha fugido do debate para não responder sobre a má gestão que realiza na Paraíba.”

Cássio Cunha Lima



45

#debatecorreio

Cássio Cunha Lima
1 de outubro de 2014 · 4h

#EUYouComCássio #Cássio45 #DebateCorreio

#Rede45 — com Raquel Santos, Ana Sílvia, Eliana Maria Fernandes e Silva Cassio

Curtir · Comentar · Compartilhar

Odete Oliveira e outras 3.708 pessoas curtiram isso.

819 compartilhamentos

Tereza Cristina Acho que ele está debatendo e se desligou em caso de tanto todo ano que está pensando e de votar em CASSIO 45
Curtir · Responder · 1 · 1 de outubro de 2014 às 12:35

Rosemei Ferreira Ele tá aqui em Jurema pra julgado a memoria daqui porque a maioria só vai com Cassio kkk
Curtir · Responder · 71 · 1 de outubro de 2014 às 16:35 · Editado

3 Respostas

Leah Ferreira 45 Naves
Curtir · Responder · 31 · 1 de outubro de 2014 às 18:33

Escreva um comentário.

É CAMPEÃO!

CÁSSIO PARTICIPOU DE TODOS OS DEBATES COM PROPOSTAS E RESPEITO ÀS PARAÍBAS



45

Cássio Cunha Lima
1 de outubro de 2014 · 4h

Agradecemos as pessoas que dedicaram parte de seu tempo para acompanhar os debates entre os candidatos ao Governo do Estado. Nosso muito obrigado por nos terem dado a honra de apresentar nossas propostas para um novo governo, de paz e bem.

À vitória! #EUYouComCássio #Cássio45

#Rede45 — com Marlene Fernandes, Maria Lucimar do Souza, Cassio Cunha Lima e Cabell Vota Cássio Cunha Lima

Curtir · Comentar · Compartilhar

Tereza Cristina, Antonio Rocha F., Mais relevantes...
Neto e outras 4.522 pessoas curtiram isso.

1.905 compartilhamentos

Neto, Tereza Cristina Deus te abençoe e te proteja de olhos mal e invejosos. Jesus e Maria passa a frente e te proteja
Curtir · Responder · 1 · 1 de outubro de 2014 às 19:20

Hugo Fernandes Meu governador já consagrado pela vontade só povo. Vamos que...
Escreva um comentário.

É HOJE GRANDE COMÍCIO DA VITÓRIA

PARTICIPE!

Campina Grande • Rua do Sol, Santa Rosa • 20h



Cássio 45

Cássio Cunha Lima
1 de outubro de 2014 · 4h

É HOJE, CAMPINA GRANDE! Nesta noite, às 20h, na Rua do Sol, tem o Grande Comício da Vitória.

Vamos, mais uma vez, colorir a cidade de amarelo e mostrar a todo mundo que Campina vota 45! Esperamos por você.

... Ver mais

Curtir · Comentar · Compartilhar

Paulo Ricardo e outras 3.362 pessoas curtiram isso.

256 compartilhamentos

Pedro Paulo Chacará #PPSB Ex-PT Por isso amigos que penso eu... Que este ano, É A VEZ DE AÉCIO NEVES 45HIM! #POLÍTICO-enfrentado em reunião com o PCC? (Deputado do PT)... Ver mais
Curtir · Responder · 16 · 1 de outubro de 2014 às 16:35

2 Respostas

Josemir Alves de Lima vou com cassio
Curtir · Responder · 3 · 1 de outubro de 2014 às 16:35

Escreva um comentário.

GRANDE COMÍCIO DA VITÓRIA EM MANGA BEIRA

Ao lado do Mercado Público

02 de outubro 19h



Cássio 45

Cássio Cunha Lima
2 de outubro de 2014 · 4h

ALÔ, JOÃO PESSOA!

Amanhã, às 20h, em Mangabeira, tem o Grande Comício da Vitória! Vista amarelo e ven com a gente mostrar que João Pessoa vota Cássio 45! #EUYouComCássio #Cássio45

À vitória! #Rede45 — com Lucas Lima, Mykaelina Dynha, Pamela Cristina e outras 15 pessoas.

Curtir · Comentar · Compartilhar


Isaio Brito Vilamim, Odete Oliveira e outras 2.119 pessoas curtiram isso.

326 compartilhamentos

Glaucio Democratas a vitra de cassio é no primeiro turno elegerão 300 mil votos 45 meses
Curtir · Responder · 37 · 1 de outubro de 2014 às 21:54

Profª Mendes Mangabeira, he espera a manhã a noite CASSIO e NUNCA todos convidados para esse evento de vitória. A VONTADE DO POVO!
Escreva um comentário.

Agenda



45

É Cássio, por toda a Paraíba!

Cássio Cunha Lima
2 de outubro de 2014 · 4h

Bom dia! Confira nossa agenda para hoje:

15h - Caminhada na Liberdade/Catolé, Campina Grande.
Local: Epiólio de Almeida com Luiz Sodré... Ver mais

Curtir · Comentar · Compartilhar

Isaio Brito Vilamim, Odete Oliveira e outras 2.119 pessoas curtiram isso.

177 compartilhamentos

Elexandro Santos 45 meses. Embora vc Cássio Cunha Lima não tenha feito nenhum comício em Esmeralda não vamos dar um voto de confiança em vc. Amado Monteiro tá trabalhando muito para vc ser bem votado aqui e estar no topo. Espero que nosso esforço seja... Ver mais
Curtir · Responder · 8 · 2 de outubro de 2014 às 11:21

2 Respostas

Jackson Pereira Vamos embora.
Escreva um comentário.

GRANDE COMÍCIO DA VITÓRIA EM MANGABEIRA

Ao lado do Mercado Público

HOJE! 20h



Cássio 45

Cássio Cunha Lima
7 de outubro de 2014 · 4h

É HOJE, JOÃO PESSOA!

Nesta noite, às 20h, em Mangabeira, tem o Grande Comício da Vitória! Vista amarelo e ven com a gente mostrar que João Pessoa vota Cássio 45! #EUYouComCássio #Cássio45

À vitória! #Rede45

Curtir · Comentar · Compartilhar

Odete Oliveira e outras 3.193 pessoas curtiram isso.

375 compartilhamentos

Juliana Arendes RICARDO NÃO TEM RESPEITO PELO POVO!!! O governador que só faz estradas e esquece de investir na saúde e educação sabe que ninguém vive de estradas (talvez 45meses)
Curtir · Responder · 50 · 2 de outubro de 2014 às 12:18

10 Respostas

Fernanda Lacerda O mais respeitado das umas está de volta, o campeão volta para...
Escreva um comentário.

faltam **3** dias

corrupção
mentiras
autoritarismo

Vamos cortar esse mal pela raiz! **45** meses!

Cássio Cunha Lima
7 de outubro de 2014 · 4h

Faltam só três dias para a Paraíba confirmar que quer um governo de respeito e diálogo! #EUYouComCássio #Cássio45

#Rede45

Curtir · Comentar · Compartilhar

Odete Oliveira e outras 3.024 pessoas curtiram isso.

864 compartilhamentos

Bruna Martins Um candidato ao governo, veio um evento aqui na minha cidade. Onde em vez de falar sobre propostas, plano de governo e tudo mais, fez to falar mal de Cássio. No entanto, numa semana anterior Cássio visitou a cidade, onde mostrou seus planos... Ver mais
Curtir · Responder · 125 · 2 de outubro de 2014 às 14:47

15 Respostas

Jandara Pires Miranda Miranda Aguenta coração... a vitória
Curtir · Responder · 25 · 2 de outubro de 2014 às 14:47

Escreva um comentário.

Twitter (60 das 60 postagens coletadas)**Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 24 de agoCarreata agora em CG com [@pedrocl oficial instagram.com/p/sF-YFggt8R/](https://www.instagram.com/p/sF-YFggt8R/)

14 23

**Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 24 de agoJá passamos em Remigio e Arara. Chegamos em Esperança. Entusiasmo em toda parte. Povo na rua. À vitória! [instagram.com/p/sFeK-RAt4A/](https://www.instagram.com/p/sFeK-RAt4A/)

13 26

**Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 24 de agoMultidão nas ruas. Muito obrigado Campina. [instagram.com/p/sGEbBTAt3n/](https://www.instagram.com/p/sGEbBTAt3n/)

29 34

**Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 29 de agoBom dia. Na carreata de CG ao lado de [@pedrocl oficial](https://www.instagram.com/p/sRu6plAtwb/). Hoje iremos ao Vale do Paraíba. [instagram.com/p/sRu6plAtwb/](https://www.instagram.com/p/sRu6plAtwb/)

12 18

**Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 30 de agoAntes de dormir meu agradecimento a todos de São Miguel de Taipu (foto), Pilar, Juripiranga,... [instagram.com/p/sTtqTkgt3l/](https://www.instagram.com/p/sTtqTkgt3l/)


13 26


**Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 30 de agoBom dia. O renovado agradecimento pelo entusiasmo e vibração de ontem em todo o Vale do Paraíba. Hoje... [instagram.com/p/sUnMq1At4l/](https://www.instagram.com/p/sUnMq1At4l/)


14 22

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 31 de ago
Por do sol ontem no Vale do Piancó. Foto tratada pelo talentoso e amado ronaldoclf [instagram.com/p/sXxUVQgt5D/](https://www.instagram.com/p/sXxUVQgt5D/)


  14  23 

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 31 de ago
Comício agora a noite em Conceição. Obrigado a todo o Vale do Piancó pela acolhida. [instagram.com/p/sWUGaFAtyW/](https://www.instagram.com/p/sWUGaFAtyW/)


  18  19 

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 1 de set
Ontem em Cabedelo. Muito obrigado. [instagram.com/p/saaH4iAt6H/](https://www.instagram.com/p/saaH4iAt6H/)


  16  19 


 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 1 de set
Bom dia. Comício ontem em Cabedelo. Boa semana para todos. [instagram.com/p/sZTNHbgt7g/](https://www.instagram.com/p/sZTNHbgt7g/)

  13  15 

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 2 de set
Aprovamos agora na CCJ reestruturação da PRF com relatoria do Sen. Vital do Rego. A foto com o nosso... [instagram.com/p/scjjVUAt2s/](https://www.instagram.com/p/scjjVUAt2s/)

  17  21 

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 3 de set
Debate na Campina FM. Agora na 93.1 [instagram.com/p/sf5UYSAt8Q/](https://www.instagram.com/p/sf5UYSAt8Q/)

  11  16 



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 5 de set

Recebi, com muita alegria, a adesão do Vereador @raonimendes candidato a Dep. Estadual. Jovem... [instagram.com/p/ske-EtgtwA/](https://www.instagram.com/p/ske-EtgtwA/)

← ↻ 18 ★ 30 ...



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 6 de set

Só mudou a nossa cor,
Com essa separação:
Cajazeiras meu amor,
Cajazeiras minha paixão. Muito obrigado...
[instagram.com/p/sltPqjAt_K/](https://www.instagram.com/p/sltPqjAt_K/)

← ↻ 29 ★ 25 ...



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 7 de set

Comício em Condado hoje a noite. [instagram.com/p/soTHV8At5w/](https://www.instagram.com/p/soTHV8At5w/)

← ↻ 11 ★ 16 ...



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 7 de set

Comício hoje a noite em Coremas. Multidão também em Cajazerinhas, São Bentinho e Condado. Muito obrigado! [instagram.com/p/soKSb0At6Y/](https://www.instagram.com/p/soKSb0At6Y/)

← ↻ 16 ★ 17 ...



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 8 de set

Entrevista ao vivo as 11:00 na TV Borborema. [instagram.com/p/sr5fUNgty3/](https://www.instagram.com/p/sr5fUNgty3/)

← ↻ 20 ★ 11 ...



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 9 de set

Ao lado de Alda e Larissa meu abraço na linguagem de Libras. [instagram.com/p/suizCggyD/](https://www.instagram.com/p/suizCggyD/)

← ↻ 16 ★ 15 ...



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 11 de set

Comício em Imaculada. Chegamos do sertão agora. Matureia, Água Branca, Juru, Tavares e Princesa Isabel... [instagram.com/p/syyt3AtzJ/](https://www.instagram.com/p/syyt3AtzJ/)

17 17



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 12 de set

Registro deferido pelo TSE! Tem que ser no voto! Louvado seja Deus. [instagram.com/p/s05Hg1At29/](https://www.instagram.com/p/s05Hg1At29/)

85 58



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 14 de set

Muito bons os comícios de ontem e os de hoje. Na foto Catolé do Rocha. Multidões. [instagram.com/p/s6RSrdAt62/](https://www.instagram.com/p/s6RSrdAt62/)

33 21



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 17 de set

Vamos começar a mobilizar. Conto com a participação de todos. [instagram.com/p/tEGk1dAtz2/](https://www.instagram.com/p/tEGk1dAtz2/)

31 20



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 18 de set

Comícios ontem em Sapé e Mamanguape (foto). À vitória! [instagram.com/p/tFkWYxAt1h/](https://www.instagram.com/p/tFkWYxAt1h/)

24 17



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 19 de set

Bom dia. Hoje estaremos no Cariri. Boa vista até Monteiro. [instagram.com/p/tHvkFWgt25/](https://www.instagram.com/p/tHvkFWgt25/)


22 19




Cássio Cunha Lima @cassiocl · 20 de set

Chegamos a Sousa. Por do sol na Cidade Sorriso! [instagram.com/p/tLkBLKgt2Q/](https://www.instagram.com/p/tLkBLKgt2Q/)


13 22

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 21 de set
Epitacio Pessoa agora. [instagram.com/p/tOTCzkg2u/](https://www.instagram.com/p/tOTCzkg2u/)


  16  15 

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 21 de set
Mangabeira [instagram.com/p/tOOF5Mgt7_/](https://www.instagram.com/p/tOOF5Mgt7_/)

  17  11 


 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 21 de set
Nos Bancários [instagram.com/p/TONQBbgt6L/](https://www.instagram.com/p/TONQBbgt6L/)


  15  13 


 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 21 de set
Multidões pelas ruas de João Pessoa. Ainda na carreata. [instagram.com/p/tOM3gMA5b/](https://www.instagram.com/p/tOM3gMA5b/)

  18  16 

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 21 de set
Convidando a todos para nossa carreata hoje em João Pessoa. Se beber não dirija, pegue uma carona. [instagram.com/p/tNQG5At6l/](https://www.instagram.com/p/tNQG5At6l/)


  23  25 

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 21 de set
Encerramento da carreata que começou as 10:00. Emoção, entusiasmo e confiança num futuro melhor. [instagram.com/p/tOZ8Cigty9/](https://www.instagram.com/p/tOZ8Cigty9/)

  38  29 

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 22 de set
Bom dia. Meu renovado agradecimento ao povo de João Pessoa. Hoje Mari e Guarabira. [instagram.com/p/tPv9PcAt19/](https://www.instagram.com/p/tPv9PcAt19/)

← ↻ 28 ★ 29 ⋮

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 22 de set
Muito obrigado João Pessoa. Dia inesquecível! À vitória! [instagram.com/p/tO0uyfgt-a/](https://www.instagram.com/p/tO0uyfgt-a/)

← ↻ 30 ★ 32 ⋮

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 23 de set
Outro instante do espetacular comício em Guarabira. À vitória! [instagram.com/p/tRfnqjgt7U/](https://www.instagram.com/p/tRfnqjgt7U/)


← ↻ 37 ★ 24 ⋮

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 23 de set
Muito obrigado Guarabira e todo o Brejo. Foi assim nosso comício hoje. [instagram.com/p/tRfhOZAt7J/](https://www.instagram.com/p/tRfhOZAt7J/)

← ↻ 26 ★ 18 ⋮

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 29 de set
Registrei, com algumas fotos, esse momento inesquecível. Muito obrigado a todos, por tudo. [instagram.com/p/thoWOWgt9j/](https://www.instagram.com/p/thoWOWgt9j/)

← ↻ 22 ★ 29 ⋮

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 29 de set
Em muitos momentos não se sabia se era uma carreata ou uma passeata. [instagram.com/p/thn6_4gt9N/](https://www.instagram.com/p/thn6_4gt9N/)

← ↻ 23 ★ 24 ⋮

 **Cássio Cunha Lima** @cassiocl · 29 de set
Muito obrigado Campina. As mais comovente manifestação que já vi em toda a minha vida. À vitória. [instagram.com/p/thntxYAt83/](https://www.instagram.com/p/thntxYAt83/)

← ↻ 24 ★ 19 ⋮



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 30 de set

Comício em Patos monumental agora a noite. Adesão do Prefeito de Cachoeira dos Índios. À vitória! [instagram.com/p/tjhFLIAt-F/](https://www.instagram.com/p/tjhFLIAt-F/)

  26  29 



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 3 de out

Comício ontem em Solânea. Muito obrigado de todo coração. Faremos mais e melhor. À vitória! [instagram.com/p/tsrx5Zgt1z/](https://www.instagram.com/p/tsrx5Zgt1z/)

  23  26 



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 3 de out

Comício em Mangabeira. Muito obrigado pelo entusiasmo e vibração. À vitória!!!! [instagram.com/p/trJvrqAtwr/](https://www.instagram.com/p/trJvrqAtwr/)

  21  33 



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 4 de out

À vitória! À vitória! À vitória! [instagram.com/p/tvuoi-At-R/](https://www.instagram.com/p/tvuoi-At-R/)

  43  56 



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 5 de out

Louvar a Deus por esse instante. A hora é essa. Todos de amarelo com fé, alegria e confiança no... [instagram.com/p/txFhZlAt2B/](https://www.instagram.com/p/txFhZlAt2B/)

  56  75 



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 8 de out

Em Brasília com Aécio. Muda Brasil. Muda Paraíba. [instagram.com/p/t53jKHgtz7/](https://www.instagram.com/p/t53jKHgtz7/)

👁️ ↻ 58 ★ 49 ⋮



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 8 de out

Eduardo Jorge e PV com o Brasil, com Aécio! [instagram.com/p/t53Jn9AtzZ/](https://www.instagram.com/p/t53Jn9AtzZ/)

👁️ ↻ 38 ★ 31 ⋮



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 11 de out

Nesse 150 anos de CG tenho a alegria de ter contribuído com o desenvolvimento da cidade. Com amor... [instagram.com/p/uA9ikyAtye/](https://www.instagram.com/p/uA9ikyAtye/)

👁️ ↻ 24 ★ 32 ⋮



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 12 de out

Neste dia de crença no futuro, minha homenagem a minha mãe, guerreira, ética, e solidária, que ao... [instagram.com/p/uDfpXLAAt-O/](https://www.instagram.com/p/uDfpXLAAt-O/)

👁️ ↻ 14 ★ 31 ⋮



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 13 de out

Hoje dois meses da morte de Eduardo Campos. Minha renovada homenagem com o permanente sentimento de... [instagram.com/p/uGrhQTgt6k/](https://www.instagram.com/p/uGrhQTgt6k/)

👁️ ↻ 20 ★ 29 ⋮



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 14 de out

Multidão agora a noite em Esperança. Anderson, o Prefeito, Arnaldo Monteiro e Manoel Junior. À vitória! [instagram.com/p/uHUuuvgt-x/](https://www.instagram.com/p/uHUuuvgt-x/)

👁️ ↻ 26 ★ 30 ⋮



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 14 de out

Entrevista ao G1, ontem, com Laerte Cerqueira. [instagram.com/p/uIlShZAt_4/](https://www.instagram.com/p/uIlShZAt_4/)

👁️ ↻ 14 ★ 22 ⋮



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 14 de out

Entrevista ao G1, ontem com Laerte Cerqueira. [instagram.com/p/uIlFz0gt_q/](https://www.instagram.com/p/uIlFz0gt_q/)

👁️ ↻ 9 ★ 13 ⋮



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 15 de out

Todos convidados. É a vez da Paraíba.
Aécio fará justiça ao nosso estado,
trazendo investimentos... [instagram.com/p/uL7WWTgt6f/](https://www.instagram.com/p/uL7WWTgt6f/)

68 57



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 18 de out

Imagens do comício em Campina. Aécio Presidente é a vez da Paraíba.
[instagram.com/p/uSo69Ogt92/](https://www.instagram.com/p/uSo69Ogt92/)

52 53



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 18 de out

Multidão também em Campina no comício com Aécio. À vitória!
[instagram.com/p/uSnTLRA7u/](https://www.instagram.com/p/uSnTLRA7u/)

30 43



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 18 de out

Bom dia. Comício ontem em João Pessoa com Aécio. Muda Brasil. Muda Paraíba. À vitória. [instagram.com/p/uSnGyUAt7a/](https://www.instagram.com/p/uSnGyUAt7a/)

35 35



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 22 de out

Comício em Cajazeiras hoje. Recebemos o apoio do ex-Prefeito Carlos Rafael. À vitória! [instagram.com/p/ucNksFgtxM/](https://www.instagram.com/p/ucNksFgtxM/)

23 36



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 26 de out

Meu Louvar a Deus sempre e em primeiro lugar. Muito obrigado a todos pela confiança. [instagram.com/p/uoiMfsAt_q/](https://www.instagram.com/p/uoiMfsAt_q/)

49 88



Cássio Cunha Lima @cassiocl · 28 de out

Meu melhor e mais escolhido abraço. Muito obrigado pela confiança. Bom dia. [instagram.com/p/usYVKjgt8V/](https://www.instagram.com/p/usYVKjgt8V/)

30 49