

CANDIDATO(A), ME CONVENÇA!

O que você tem a oferecer
pelo meu voto e apoio?



Nelson Alambert Jr.

CANDIDATO(A), ME CONVENÇA!

O que você tem a oferecer
pelo meu voto e apoio?

Copyright© 2026 Nelson Alambert Jr

Todos direitos reservados. Proibida a tradução, versão ou reprodução, mesmo que parcial, por quaisquer processos mecânicos, eletrônicos, reprográficos etc., sem a autorização por escrito do autor.

1ª edição - abril de 2026

Capa e Produção Editorial: *Ricardo Sterchele*

www.frontis.com.br

Ilustração da capa pelo ChatGPT

Dedicatória

A todo brasileiro e toda brasileira que um dia chegou na frente da urna eletrônica, digitou um número e, no fundo do coração, teve aquela dúvida silenciosa:

“Será que fiz a escolha certa?”

Este livro é para você. E é a resposta que ninguém te deu antes.

Agradecimentos

Nenhum livro nasce sozinho. Por trás de cada página existe uma conversa, uma história ouvida num boteco, num comício ou numa mesa de família onde o assunto virou política.

Agradeço a cada eleitor que já se sentiu enganado e mesmo assim não desistiu de votar. Vocês são a razão deste livro. Agradeço a cada candidato honesto que existe por aí e que governa de verdade. E agradeço a cada cidadão que um dia cruzou os braços, olhou para um palanque e pensou: *“Não basta. Me convença.”* Esse pensamento virou este livro.

Sumário

Dedicatória	5
Agradecimentos.	7
Introdução	11

Parte 1 Conheça você, eleitor

Capítulo 1	
Que tipo de eleitor você é?	15
Capítulo 2	
Por que você vota em quem vota?	17
Capítulo 3	
O que você tem a oferecer?.	19

Parte 2 Conheça o candidato

Capítulo 4	
Candidato(a), quem é você de verdade?	23
Capítulo 5	
A arte da promessa e a ciência de cobrar	25
Capítulo 6	
O que ele realmente quer de mim?.	27

Parte 3 A negociação

Capítulo 7	
As perguntas que todo candidato teme.	31
Capítulo 8	
Meu voto tem condições	33
Capítulo 9	
E o meu apoio? Quanto vale?	35

Parte 4

O eleitor que virou movimento

Capítulo 10	
Quando eleitores conscientes se juntam	39
Capítulo 11	
Como usar as redes a seu favor	41
Capítulo 12	
Candidato(a), me convença e eu te cobro.	43
Conclusão	
O voto mais importante é o próximo.	45
Capítulo 13	
Candidato(a), quer mais votos?	47
Seção bônus	
O kit do eleitor consciente	69
Referências bibliográficas	71

Introdução

Eu tinha um voto. Aprendi que tinha um poder.

Você já parou para pensar quantas vezes foi até uma urna, apertou *confirma* e foi embora com a sensação de que não sabe bem o que acabou de fazer?

Desde criança nos ensinam que votar é um dever. Votamos, esperamos, nos decepcionamos e voltamos a votar. Mas e se o problema fosse a pergunta que nunca fizemos? Quando você compra um carro, pergunta sobre o motor. Quando vai escolher quem vai governar sua cidade ou país, o que você pergunta? Na maioria das vezes, nada.

Este livro nasceu de uma pergunta revolucionária: “Candidato(a), o que você tem a oferecer pelo meu voto e apoio?”

Isso não é arrogância. É o exercício mais puro da democracia. Seu voto não é um presente. Seu voto é uma moeda, e você decide em quem investe. Não importa sua ideologia. O que importa é que você tem um voto, e a partir de agora, vai saber exatamente o que fazer com ele. Seja bem-vindo(a) ao livro que o candidato ruim não quer que você leia.



Parte 1

Conheça você, eleitor



Que tipo de eleitor você é?

Antes de exigir que o candidato te convença, precisamos ter uma conversa sobre você. A maioria acha que vota de forma racional. A maioria está errada. Somos seres emocionais que tomam decisões emocionais e depois constroem argumentos para justificá-las. Em qual destes perfis você se encaixa?

1. **O Eleitor da Esperança Eterna:** “Dessa vez vai ser diferente.” Nunca desiste, mas confunde emoção com análise.
2. **O Eleitor Técnico:** “Analisei as planilhas.” Vota com a cabeça, mas esquece que a política real exige articulação, não só números.
3. **O Eleitor do Menos Pior:** “Não gosto de nenhum, mas esse aí...” Vota rejeitando. Seu voto é sempre contra alguém.
4. **O Eleitor de Legado Familiar:** “Meu pai votava nele.” Tradição acima do senso crítico.
5. **O Eleitor Revoltado:** “Tudo uma corja.” A revolta virou identidade. Anula o voto e depois reclama de quem foi eleito.
6. **O Eleitor Pragmático:** “Voto em quem traz resultado para mim.” Prático, mas ignora o impacto ético a longo prazo.
7. **O Eleitor Influenciável:** Muda de voto com o último vídeo do WhatsApp. Coração aberto, mas mente vulnerável à manipulação.
8. **O Eleitor Consciente (em construção):** Sabe que não sabe tudo. Tem critérios, pesquisa, exige e cobra. Este é você ao fim deste livro.



Reconhecer-se é o primeiro passo para votar melhor. Votar melhor significa chegar na frente da urna e pensar: “Eu sei o que quero. Agora me convença.”

Capítulo 2

Por que você vota em quem vota?

A decisão de voto é emocional. A justificativa é racional. Você decide com o coração (ou estômago) e o cérebro procura a desculpa. Conheça as quatro armadilhas emocionais:

1. **O Voto da Fé:** O candidato vira um messias. Críticas viram perseguição. *Antídoto:* Se o adversário fizesse a mesma coisa, eu defenderia?
2. **O Voto do Medo:** “Não posso deixar o outro ganhar.” O marqueteiro vende o terror do rival para você votar fugindo, não escolhendo. *Antídoto:* Sem o adversário na disputa, eu ainda votaria neste candidato?
3. **O Voto da Tradição:** Votar por inércia, deixando que o passado decida seu presente. *Antídoto:* Eu escolheria essa opção hoje com o que sei hoje?
4. **O Voto do Marketing:** Votar na imagem ensaiada, na música chiclete e no sorriso treinado. *Antídoto:* O que esse candidato efetivamente fez que justifica minha confiança?

Ninguém nos engana sem a nossa colaboração. Você pode votar com emoção e razão.



Capítulo 3

O que você tem a oferecer?

Você tem muito mais poder do que imagina. A pergunta certa não é “em quem vou votar?”, mas “o que eu tenho a oferecer e o que vou exigir em troca?”.

Seu voto: Decide eleições acirradas. Carrega uma mensagem clara de aprovação ou repúdio. Seu apoio: Vale dez vezes mais que seu voto. Seu boca-a-boca, seu tempo como voluntário, seu engajamento digital e seu conhecimento são ativos que valem ouro para qualquer campanha.

Se você tem um ativo valioso, tem o direito de negociar. O eleitor consciente negocia propostas claras, histórico limpo, compromissos reais e transparência. Pare de ser receptor de promessas e comece a ser detentor de um recurso. Pare de agradecer e comece a questionar.