

POLÍTICA 2.0: ESTUDO EXPLORATÓRIO DOS PARTIDOS POLÍTICOS NO FACEBOOK

TOLEDO, Maycow de Lima¹; ZAGO; Gabriela da Silva²

¹Universidade Federal de Pelotas – mtoledo@transdimensional.com.br

²Universidade Federal de Pelotas – gabrielaz@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Inspirado no crescente investimento dos partidos políticos nas redes sociais, bem como a grande repercussão de páginas com cunho humorístico relacionadas à política, o presente artigo pretende analisar o uso desta tecnologia pelas legendas brasileiras em período pré-eleitoral, tema já explorado em outros países (MOREIRA, 2011), mas que segue sem estudo aprofundado no Brasil.

É importante destacar que o projeto está em fase inicial, colhendo dados e definindo metodologias, por isto o artigo recebe foco nas quatro páginas com maior quantidade de *likes* – **Partido Ecológico Nacional**, **Partido dos Trabalhadores**, **Partido da Social Democracia Brasileira** e **Partido Socialista Brasileiro**, respectivamente –, contemplando os três principais candidatos à presidência. O objetivo final deste projeto é produzir uma análise completa da forma de uso e sua eficácia para conseguir engajamento e interação dos seus seguidores por todos os partidos legalizados.

2. METODOLOGIA

A pesquisa realizou-se em três etapas, sendo a primeira a identificação dos partidos legalizados no Brasil e suas respectivas *fanpages* oficiais, a segunda a coleta de informações básicas como a quantidade (total e na última semana) de *likes* e “pessoas falando sobre” (métrica que indica a quantidade de pessoas interagindo com a página nos últimos 28 dias); na terceira etapa foi analisado o conteúdo das publicações, analisando temas, materiais gráficos e interação dos usuários.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados desta pesquisa ainda são preliminares, uma vez que a mesma ainda encontra-se em desenvolvimento, porém, diversos destaques já podem ser feitos.

Partido Ecológico Nacional

A página com maior quantidade de *likes*, ao contrário do que se imagina inicialmente, não é do PT ou PSDB, mas do PEN com 498780 *likes* no dia 30/07/2014. O principal destaque em relação a quantidade de seguidores que a página possui é a coincidência de receber aproximadamente 50 mil *likes* – quantidade que seria suficiente para tornar qualquer partido o sétimo (dos 32 legalizados) com mais seguidores na rede social – todas as semanas entre terças e quartas-feiras mesmo sem fazer publicações ou com publicações sem

engajamento, enquanto nos outros dias da semana a quantidade é nula como pode ser visualizado na figura a seguir.

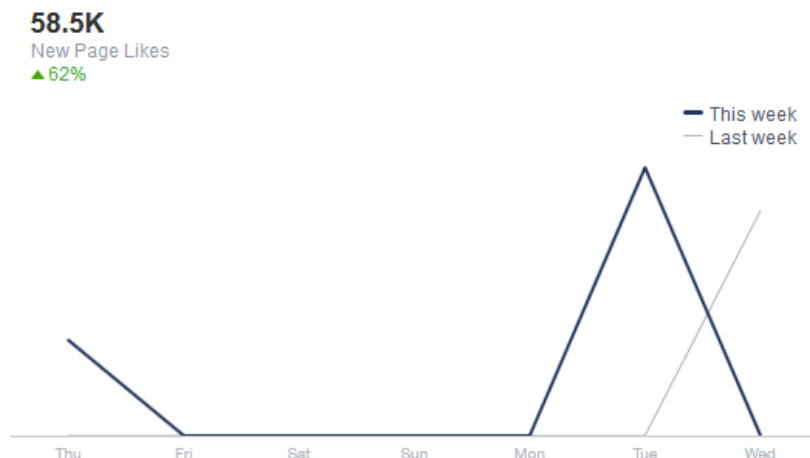


Figura 1: Likes da última semana na página nacional do PEN

A frequência de publicações na página é consideravelmente baixa, totalizando em 10 publicações no mês de julho. Chama a atenção também a forma com que o conteúdo é publicado, sem revisão gramatical e com citação excessiva ao presidente do partido, com assuntos irrelevantes ao cenário político ou com opiniões pessoais do presidente; as imagens publicadas não possuem tratamento digital e grande parte delas está fora de foco e granuladas.

Partido dos Trabalhadores

Segundo partido com mais seguidores, 292561, em 30/07/2014, o partido da atual presidente possui pouco mais que a metade dos seguidores do PEN, mas faz grande contraposição com o líder nos outros itens avaliados. A página faz seis publicações, em média, por dia, com temas que variam entre críticas (ou ataques) à candidatos e governos adversários, exaltação de candidatos e governos do próprio partido, seções do programa partidário e inclusive vídeos de músicas com legenda substituída para “#facedopt”¹ que quando compartilhadas carregam a legenda editada ao invés da original.

A página possui claramente uma equipe de especialistas em redes sociais e um bom trabalho de design, garantindo uma identidade forte no material gráfico.

O crescimento da página é regular, mantendo pouco mais de mil *likes* por dia. As publicações com maior índice de engajamento são as que atacam candidatos e partidos de oposição, com o dobro de comentários, curtidas e compartilhamentos das postagens sobre os outros temas citados anteriormente, pois gera o embate dos militantes da oposição com militantes apoiadores do partido.

Partido da Social Democracia Brasileira

Terceiro partido com mais seguidores, e partido do principal candidato de oposição, a página do PSDB contava com 225215 *likes* no dia 30/07, faz em média três publicações por dia, mas em datas aleatórias chega a fazer dez publicações ou apenas uma. Os temas das publicações são divididos em

propaganda eleitoral – divulgando a participação em eventos, entrevistas concedidas por Aécio, e contando a história do político – e ataques ao governo federal.

Assim como a página do PT, o PSDB possui um bom material gráfico produzido por profissionais da área e com forte identidade visual.

O crescimento da página também é regular (pouco menos de mil *likes* por dia), com uma leve redução nos finais de semana, mas com recuperação segundas e terças-feiras. O engajamento é similar aos do Partido dos Trabalhadores, tendo maior interação nas publicações que atacam o governo federal.

Partido Socialista Brasileiro

Quarta página com mais *likes*, 70892, em 30/07/2014, faz em média quatro publicações por dia com temas que variam entre campanha política pró Eduardo Campos (candidato ao governo federal), divulgação de atividades, entrevistas e ações dos políticos – candidatos, ou já eleitos – filiados ao partido.

Diferente do PT e do PSDB, o PSB parece ter uma equipe contratada para esferas específicas e não para toda a campanha, pois apesar de possuir um material com bom design nos materiais da campanha federal, a identidade em materiais estaduais deixa a desejar e, por vezes, são publicados materiais que não seguem fundamentos do design.

O crescimento da página é irregular durante a semana, mas regular nos dias específicos formando uma onda senoidal com o pico nas terças e quartas-feiras e o terceiro quarto de volta nos finais de semana.

4. CONCLUSÕES

Após esta primeira fase de coleta e análise dos dados, podemos chegar à conclusão que este projeto possui potencial para desenvolver uma análise completa do período eleitoral brasileiro de 2014 nas redes sociais. A avaliação que pode ser feita até o momento é que as legendas brasileiras ainda não estão preparadas para o uso de redes sociais.

A quantidade de seguidores conquistados e a interação dos usuários com a página é relativamente baixa e as publicações não parecem promover qualquer espécie de debate, apenas apoios ufanistas e embates vazios inflamados pela publicação de ataques aos rivais.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MOREIRA, T. E. T. **Política 2.0: A utilização das redes sociais facebook e twitter em campanhas eleitorais e o caso das Presidenciais 2011**. Dissertação Mestrado Comunicação Política - Curso de Pós-graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Porto, Portugal, 2011.

Partido Ecológico Nacional. Acessado em 30 jul. 2014. Online. Disponível em: <https://www.facebook.com/PEN51>

Partido dos Trabalhadores. Acessado em 30 jul. 2014. Disponível em:
<http://facebook.com/pt.brasil>

Partido da Social Democracia Brasileira. Acessado em 30 jul 2014.
Disponível em: <http://facebook.com/rede45>

Partido Socialista do Brasil. Acessado em 30 jul 2014. Disponível em:
<https://www.facebook.com/psbnacional40>

1 - #FacedoPT. Acessado em 30 jul 2014. Disponível em:
<https://www.facebook.com/pt.brasil/posts/665358890217156>