



30/07/2018 11:48 - Com menos compartilhamentos, instagram é aposta nas eleições



As redes sociais devem ajudar a dar uma cara nova à propaganda nas eleições de 2018. De olho na oportunidade de se tornarem mais conhecidos entre os eleitores, candidatos deixam de lado santinhos, cartazes e panfletos e, agora, apostam em seguidores, likes e compartilhamentos.

Para coordenador do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), Fábio Malini, apesar de ocupar o 4º lugar no ranking das redes sociais mais utilizadas no Brasil, atrás do Facebook, Whatsapp e YouTube, o Instagram deve ser a grande aposta dessas eleições no Brasil.

“Existe uma curva de crescimento dessa ferramenta. É um veículo não contaminado por links, portanto muito difícil de colar notícia falsa. É claro que essa característica não exime o Instagram de conteúdos falsos ou distorcidos”, explicou.

Malini também aponta como uma vantagem o fato de o Instagram ser reconhecidamente uma plataforma alegre e com pouca toxicidade. “Isso bem trabalhado politicamente faz com que o candidato tenha uma outra perspectiva de mostrar muito mais relações afetivas positivas”, avaliou.

Outra vantagem do Instagram, segundo o professor, é que nessa rede predominam os conteúdos originais, que têm mais credibilidade, enquanto no Facebook e no Whatsapp são mais compartilhamentos.

Captação de votos

Quando o assunto é atração de votos, o professor diz que a televisão, cada vez mais conectada às redes sociais, ainda tem um papel muito importante, já que só ela é capaz de falar para milhões de pessoas ao mesmo tempo.

“Juntas, as duas plataformas são capazes de criar clima de opinião”, explica.

De acordo com o especialista, o que conta para o eleitor não é o debate, que tem perdido cada vez mais audiência, mas a repercussão nas redes sociais. Atualmente, o Twitter domina as repercussões do que aparece na TV. Também é importante a exposição do candidato em programas fora do horário gratuito e a repercussão dessas inserções nas redes sociais.

Impulsioneamento

As eleições de 2018 serão as primeiras a permitir que candidatos paguem para publicar propaganda na sua timeline.

Chamado de impulsioneamento, a compra de anúncios em plataformas como o Facebook, Instagram, YouTube e o Twitter foi autorizada pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e dá aos candidatos a chance de alcançar um número muito maior de usuários do que aqueles que já acompanham suas páginas e veem seus posts.

Os partidos não informam quanto pretendem investir nessa modalidade este ano, mas é certo que a palavra “patrocinado”, acompanhando mensagens políticas e pedidos de voto, vai invadir as redes sociais, a partir de 16 de agosto.

Fábio Malini acredita que a formalização de campanhas na internet pode trazer também como consequência a diminuição do uso de robôs e de perfis falsos para amplificar informações nas redes sociais.

Estudo

Levantamento da Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas (DAPP/FGV) com 5.415.492 tuítes avaliado entre 22 de junho e 23 de julho mostrou a ação de robôs na pré-campanha presidencial.

De acordo com o trabalho, as interações motivadas pela ação de perfis automatizados, nesse período, corresponderam a 22,17% dos tuítes de perfis ligados ao campo da esquerda e que compõem tradicionalmente a base do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva;

21,96% relacionados ao campo conservador e alinhados ao deputado Jair Bolsonaro; 16,18% ligados ao campo de centro (não alinhados a nenhum dos “polos” tradicionais); e 3,99% ligados ao grupo de centro-esquerda (sem predomínio de nenhum ator político em particular).

Fonte: Agência Brasil

Notícias RO