



REDES SOCIAIS E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Descobrimo
ferramentas que
podem ajudar na
sua campanha

Distribuição Gratuita

Redes Sociais e Inteligência Artificial
**Descobrimo ferramentas que podem
ajudar na sua campanha**

Elaboração

Critério - Resultado em Opinião Pública

Supervisão

Cleber Benvegnú
Soraia Hanna
Rafael Codonho
Tomás Adam

Coordenação Editorial

Giuliano Thaddeu
Renan Arais
Roberto Witter

Projeto gráfico

Vagner Campos

Distribuição gratuita

Fundação Francisco Dornelles

Anexo I – Câmara dos Deputados – 27º andar, sala 2711.
Brasília / Distrito Federal – CEP: 70.160-900

ÍNDICE

<i>Editorial</i>	5
<i>Redes Sociais são instrumento</i>	7
<i>O poder das Redes Sociais</i>	8
<i>11 dicas para um bom conteúdo nas Redes Sociais</i>	14
<i>Rede Social é relacionamento</i>	19
<i>Inteligência Artificial</i>	22
<i>IA na Política</i>	23



EDITORIAL

Caro Progressista,

Nosso partido sempre trabalhou pela construção de um país moderno, livre, gerador de desenvolvimento e que proporciona uma vida digna aos brasileiros.

Defendemos um Brasil que respeite as pessoas em todas as dimensões de sua existência, independentemente de fé, cor, sexo ou classe social. Lutamos para garantir saúde, educação, segurança, moradia e transporte. Atuamos por um poder público que assegure liberdade para os empreendedores prosperarem com seus negócios e promova igualdade de oportunidades a todos.

Aquilo que nós defendemos está em sintonia com o que pensa a maioria da população, e é isso que gera uma conexão profunda e histórica. Mudamos de nome, mas jamais mudamos de lado. Sempre fomos a voz dos brasileiros de centro-direita e direita.

Isso explica por que o Progressistas ganha cada vez mais filiados. É por isso que estamos cada vez maiores e mais fortes e que elegemos — e elegeremos — ainda mais prefeitos, vice-prefeitos e vereadores.

Combinando energia, determinação e experiência, chegaremos ainda mais longe. Nesse objetivo, contamos com a parceria fundamental das formações oferecidas pela Fundação Francisco Dornelles. Tenha a mais absoluta certeza de que o conteúdo desta cartilha fará a diferença nas eleições de 2024.

Boa leitura!

Ciro Nogueira

Presidente nacional do Progressistas



EDITORIAL

Amigos Progressistas,

Somos parte de uma família que abraça a todos. Gente que embora possua suas diferenças, se reúne em torno de valores e princípios. Em torno de uma visão de mundo e de propósitos que geraram prosperidade econômica e social – no Brasil, na América Latina e no mundo.

A preservação da família, as liberdades individuais, a conservação dos valores, a fé, o direito à vida, a dignidade da pessoa humana, a cultura e as tradições, a ordem e a segurança, o civismo, a resistência às utopias revolucionárias, o espírito verdadeiramente democrático e moderado, o respeito aos antepassados, entre outros valores são norteadores históricos da nossa conduta.

Diante da crise institucional dos partidos e da crítica da sociedade, que coloca todas as siglas no mesmo balaio, somos uma das poucas agremiações brasileiras com condições de estabelecer um grau de diferenciação. De dizer ao cidadão: nós somos diferentes.

Para isso, além de conduzir estudos que aprofundem essas teses e levem formação política aos Progressistas, a Fundação Francisco Dornelles também instrumentaliza nossas lideranças, a fim de que elas consigam estabelecer conexões cada vez mais estreitas e verdadeiras com os brasileiros.

Esta cartilha, portanto, nasce para ajudar você, amigo Progressista, a levar a tua mensagem e a do nosso partido mais longe. Pois só assim conquistaremos vitórias eleitorais e teremos a real oportunidade de transformar os nossos municípios e o Brasil.

Boa leitura a todos!

Covatti Filho

Presidente da Fundação Francisco Dornelles



REDES SOCIAIS SÃO INSTRUMENTO

Uma pesquisa realizada em 2021 pelo Instituto DataSenado apontou que 24% dos brasileiros buscam informações sobre a política nas redes sociais. Outros 23% em páginas na internet. Ou seja, o ambiente digital já supera a televisão, que é fonte de informação sobre política para 37% das pessoas.

Ao perceber a relevância das redes sociais no contexto de vida da população, candidatos de todo o Brasil transformaram as redes sociais na verdadeira queridinha das campanhas. Ao afirmar isso, de modo algum estamos desmerecendo a relevância delas no processo, muito antes pelo contrário, afinal de contas, se os brasileiros estão cada vez mais conectados, a classe política por conseguinte deve estar lá. Entretanto, **o principal conceito a ser compreendido é que redes sociais são o instrumento**. Essas plataformas são o meio pelo qual o candidato transmite o seu conceito e constitui a sua narrativa.

Portanto, antes de mergulhar no planejamento e operação de redes sociais, é fundamental construir o conceito central da campanha e a narrativa, conforme trata a cartilha ***Progressistas construindo a vitória***. Isso porque antes de sair contando, é preciso construir uma história.

O PODER DAS REDES SOCIAIS

Para que você compreenda o poder das redes sociais, separamos alguns números que reforçam a importância delas no contexto da eleição:

Ranking das redes sociais por número total de usuários brasileiros em 2023.

Dados extraídos do site Tech Tudo, com base em estudos da agência We Are Social

	Whatsapp	142,2 milhões de usuários
	Youtube	142 milhões de usuários
	Instagram	113 milhões de usuários
	Facebook	109 milhões de usuários
	Tiktok	82 milhões de usuários
	LinkedIn	59 milhões de usuários

POVO CONECTADO

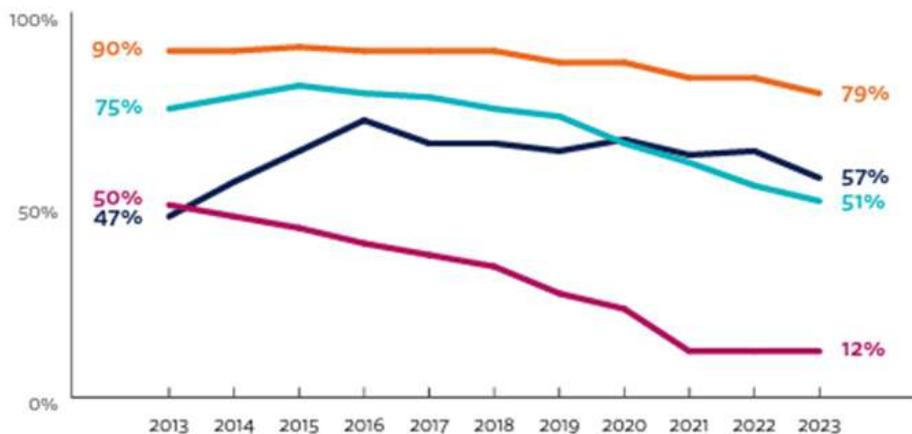
O brasileiro passa 10 horas por dia na internet, sendo 4 horas nas redes sociais*.

**Dados da agência de marketing digital Sortlist*

PRINCIPAL FONTE
DE INFORMAÇÃO
É A INTERNET



Outro dado interessante vem do relatório anual *Reuters Institute Digital News Report*. A agência britânica de notícias monitora, desde 2013, as principais fontes de informação consultadas pelos cidadãos. Abaixo, o recorte brasileiro em 2023.

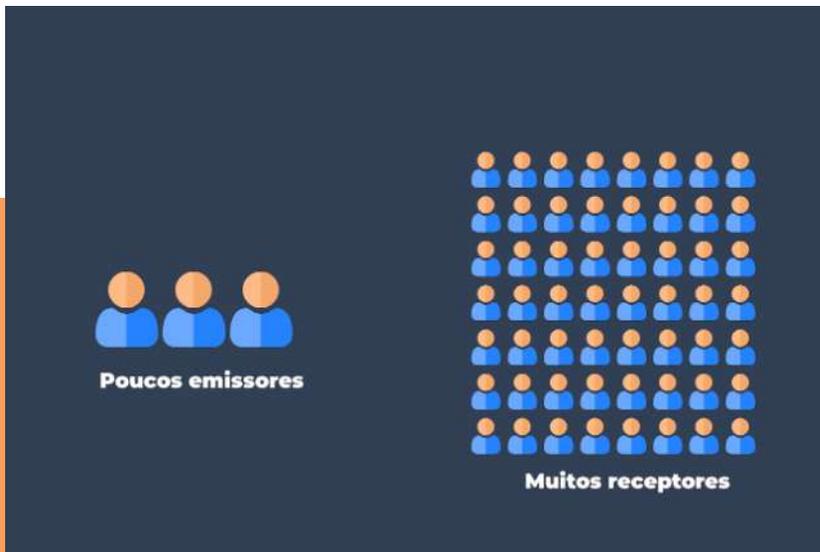


- Online (incluindo redes sociais)
- TV
- Redes sociais
- Meio impresso

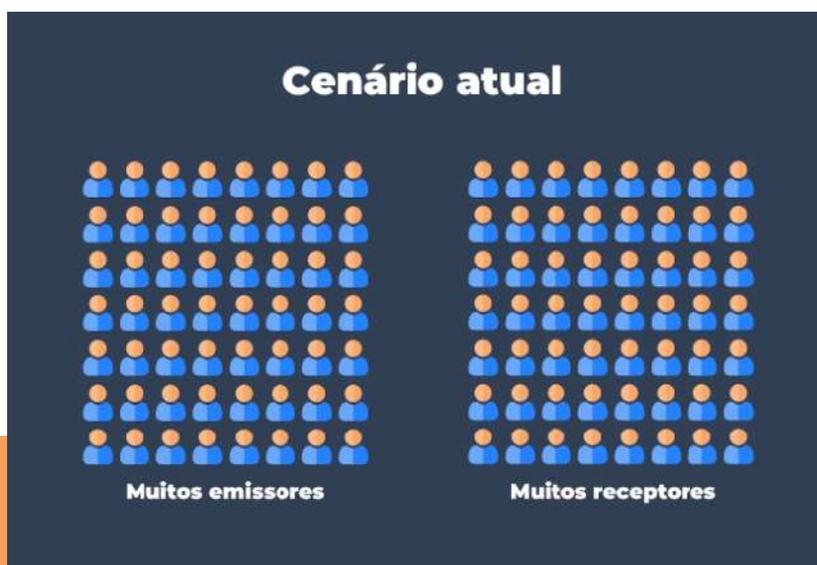
As redes sociais mudaram o fluxo da informação

Para que você compreenda onde está pisando, também é fundamental entender que o surgimento das redes sociais alterou significativamente o fluxo de informação.

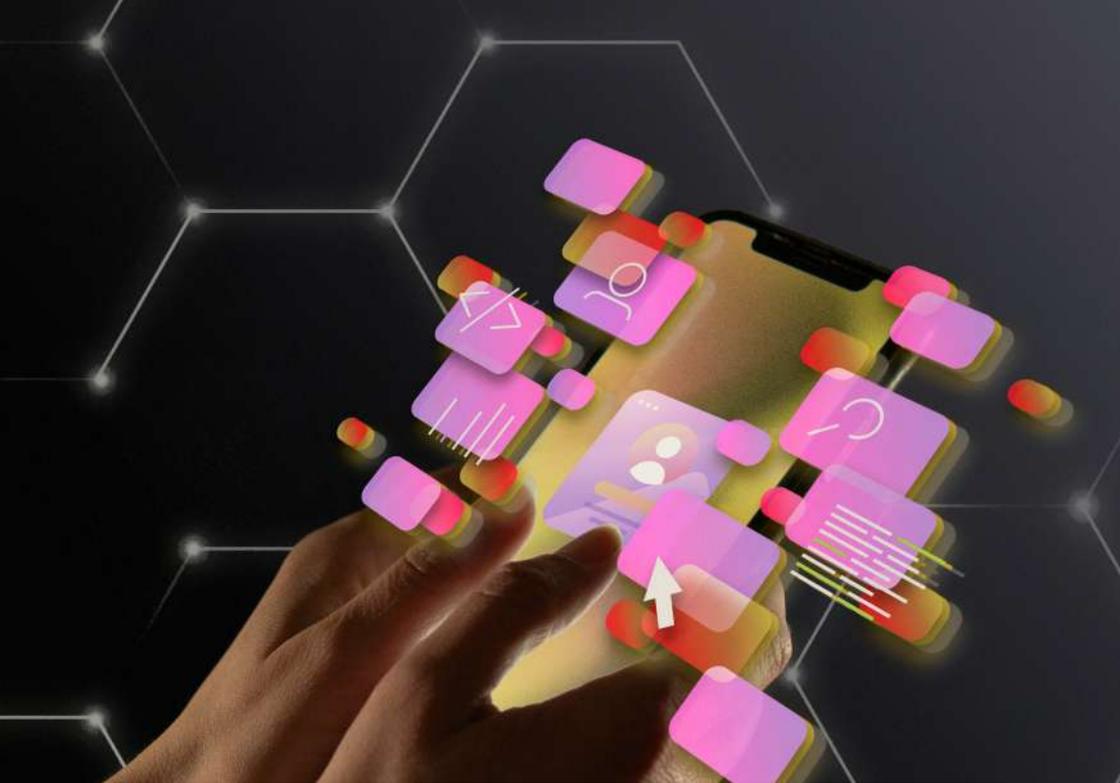
Antes, quando as fontes de informação eram somente o rádio, a televisão e o jornal, o cenário era composto de poucos emissores e muitos receptores.



Essa fotografia foi alterada significativamente após o surgimento das redes sociais. Agora, com cada pessoa sendo também uma produtora de conteúdo em seu perfil no Instagram ou Facebook, vivemos um cenário de muitos emissores e muitos receptores, com uma significativa diferença: nas redes, essa gente conversa entre si.



Enquanto no rádio, na TV e no jornal o esforço é para alcançar grande audiência, nas redes sociais o foco deve ser estabelecer interação entre os públicos. **Rede social, portanto, é relacionamento.** *Ver mais na página 18.*



Comece por um bom conteúdo

Antes de formular o seu conteúdo, pense em como você utiliza as redes sociais. Mais no celular do que no computador, correto? Celular quase sempre na posição vertical, certo? Dedo rodando a timeline até achar um conteúdo visualmente atrativo, não é mesmo?

Você até pode ter discordado de alguma das afirmações acima, mas acredite: esse é o comportamento da maioria dos usuários nas redes. Portanto, **o primeiro passo para criar um bom conteúdo é pensar na forma que as pessoas vão consumi-lo.**

II DICAS PARA UM BOM CONTEÚDO NAS REDES

1. Boa imagem é tudo

Lembra como você olha o feed da rede social no seu celular? Rola a tela rapidinho e para quando alguma imagem chama a atenção. Por isso, a foto ou vídeo precisam de boa qualidade, com foco, iluminação adequada e assunto bem destacado em primeiro plano. Chamar a atenção é o primeiro passo para alguém consumir o seu conteúdo

2. Seja relevante em 3 segundos

Fisgar a atenção é só o primeiro passo. O segundo desafio é reter a audiência. Para isso, os primeiros segundos são essenciais. Não precisa abrir o vídeo narrando onde você está gravando, ou nominar cada pessoa que está na foto. Isso a imagem está contando. Entre direto no assunto, de uma forma chamativa.

Exemplo: *Alô pessoal do bairro Amarelinho, a escola da criançada vai ficar ainda melhor. Acabamos de anunciar mais uma importante obra...".*

3. Legendas curtas e com texto simples

Não se empolgue nas legendas. Elas devem existir sempre e podem complementar a informação do vídeo, mas precisam ser simples e diretas. Três parágrafos, com duas linhas, cada, bastam para você fornecer ao seu público a mensagem principal. E atenção: o texto precisa de início, meio e fim.

4. Use Hashtags

Elas ampliam o público que pode acessar o seu conteúdo, aumentam o engajamento, conectam a pautas ou a eventos do momento e podem, ainda, reforçar o posicionamento. Porém, use sem exageros.

5. Prefira conteúdos na vertical

Lembra como a pessoa consome conteúdo nas redes sociais? Pelo celular, na posição vertical. Por isso, “celular em pé” na hora de fazer uma foto ou gravar um vídeo. Assim, o seu conteúdo ficará melhor distribuído na tela das outras pessoas.

6. Faça vídeos

Se existe uma dica de ouro, é esta: faça vídeos. E existem várias razões que comprovam o que estamos dizendo. A primeira delas é que vídeos nas redes sociais geram 1200% mais compartilhamentos do que textos e imagens combinados, segundo a G2 Crowd. Outro dado, esse extraído da revista Forbes, é que os usuários de redes sociais passam 88% mais tempo em sites com vídeos.

7. Aposte em vídeos curtos

Vídeos com menos de 15 segundos têm uma taxa de conclusão de 55%, enquanto vídeos mais longos (com mais de 30 segundos) têm uma taxa de conclusão de 35%. Portanto, mais uma vez: poder de síntese!

8. Não esqueça das legendas

A cada 10 vídeos assistidos no Instagram, nove são com o celular no mudo. É a pessoa que está na sala de espera do consultório, ou a que vem no ônibus e esqueceu o fone de ouvido. Portanto, legenda sempre! Hoje em dia, aplicativos de edição de vídeos e as próprias plataformas de redes sociais já permitem legendar vídeos automaticamente. Na maioria dos casos, no entanto, é preciso corrigi-las para evitar que a mensagem ganhe outro sentido.

9. Faça lives

Quantas vezes você não recebeu aquela notificação dizendo “Fulano está ao vivo”, ficou curioso e correu para ver o que era? Daria pra apostar que foram inúmeras. As lives no Instagram e no Facebook despertam a curiosidade das pessoas. No Facebook, por exemplo, vídeos ao vivo recebem 10 vezes mais comentários do que os materiais gravados.

10. Posicione-se

Observe o que existe em comum entre todos os parlamentares que são influentes nas redes sociais: eles não têm medo de se posicionar. Ninguém faz sucesso postando cards de aniversários de municípios ou parabenizando pelo dia de uma profissão que não tem nada a ver com a sua ou com a de seus apoiadores. Quem tem engajamento, via de regra, escolhe assuntos polêmicos e comenta o seu ponto de vista.

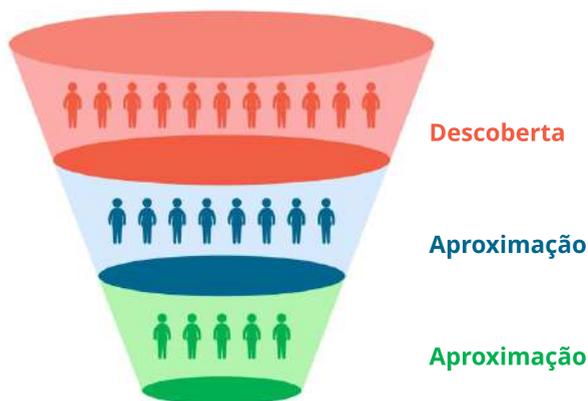
11. As pessoas querem ver você

A foto com a família em frente à árvore de natal no dia 24 de dezembro vai engajar infinitamente mais do que aquele card genérico com uma mensagem igualmente genérica. Sabe por que? Porque ninguém vai comentar que a arte está bonita, mas muita gente vai dizer que seus filhos cresceram, que a sua família é bonita... Lembre sempre: você e a sua rotina despertam curiosidade, admiração e geram engajamento.



REDE SOCIAL É RELACIONAMENTO

Lembra o que dissemos lá atrás? Rede social é relacionamento. Tem muita gente que acerta o conteúdo, acerta o formato, mas esquece de conversar com os seus públicos, deixando, assim, de desfrutar do grande diferencial das redes, que é o processo de interação.



Usada largamente na área comercial, a técnica do **funil de vendas** também pode se aplicar à política, de maneira mais simplificada.

Ao postar um conteúdo, o candidato está na primeira etapa, que é quando o potencial eleitor o descobre. Se esse conteúdo for atrativo, as pessoas vão interagir, seja curtindo ou comentando. É tarefa do candidato, então, avançar para o **segundo passo**, que é a aproximação.

Alguém comentou no seu post?

- Responda a pessoa;
- Tire as dúvidas dela;
- Agradeça por um eventual elogio recebido;
- Envie uma mensagem perguntando se ela quer receber, pelo Whatsapp, alertas de outros posts seus sobre aquele mesmo assunto. Caso a pessoa diga que sim, salve o contato dela em uma lista de transmissão do Whatsapp.

Perceba que, se a pessoa responder positivamente o seu contato e fornecer o número dela de Whatsapp, automaticamente você chega à **última etapa do funil, que é a fidelização**. Daí em diante, a construção e manutenção de uma boa lista de contatos segmentada por região, por assunto de interesse ou por outro filtro servirá para que os seus conteúdos cheguem diretamente no celular de quem é um potencial apoiador.

Não significa que toda a pessoa inscrita na sua lista será efetivamente um voto, mas a chance de você ser escolhido por alguém que já acompanha as suas posições e o seu trabalho cresce consideravelmente.



O seu perfil é o seu cartão de visitas

Outra dica de ouro é cuidar bem do seu perfil. Abaixo algumas dicas essenciais que ajudam a construir um perfil mais estratégico.

UMA BOA FOTO

A imagem de perfil precisa comunicar aquilo que é estratégico para você. Se é importante mostrar proximidade e afetuosidade, uma foto sorrindo em um ambiente externo é mais adequada. Se, por ventura, precisar comunicar capacidade de gestão, uma foto mais formal e em ambiente interno talvez cumpra melhor o papel. O importante é que a foto tenha excelente qualidade e esteja alinhada à sua estratégia.

UMA BOA BIO

Pense que o eleitor não te conhece e acessa seu perfil para buscar informações. Em poucas palavras a sua biografia disponível nas plataformas precisa dizer o que é mais relevante. Comece o texto com seu cargo, inclua informações familiares (caso seja relevante) e busque expressar seu propósito de vida ou na política.

Ex.: Sou vereador de Uruguaiiana com muito orgulho. Marido da Joana e pai da Isabella e da Flavinha. Trabalho todos os dias para melhorar a vida de nossa cidade e por um futuro melhor para nossos filhos.

CONECTE A OUTRAS REDES

O seu perfil é sempre uma grande porta para outras redes sociais, especialmente o Whatsapp. Use links no Instagram e Facebook para estimular as conversas por meio de aplicativos de trocas de mensagens. É no papo individual que a fidelização do eleitor ocorre.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Uma das novas tecnologias que já foi incorporada em eleições em outros países, como a Argentina, e certamente estará presente nas eleições municipais de 2024 no Brasil, é a Inteligência Artificial. A era da IA representa a terceira onda de transformação tecnológica na política neste século, depois do uso massivo das redes sociais e da disseminação de fake news.

A Inteligência Artificial é um campo da ciência da computação focada no desenvolvimento de sistemas e máquinas com capacidade para produzir tarefas que geralmente exigiriam conhecimento humano. Engloba atividades como aprendizado, raciocínio, percepção, compreensão, tomada de decisões e interação social.

Os sistemas de IA coletam uma grande quantidade de dados relevantes para a tarefa que eles estão sendo projetados para realizar, oriundos de textos, imagens, vídeos, áudios e outras fontes. Depois, há um pré-processamento dos dados, para prepará-los para a análise. Daí em diante há um treinamento desses dados coletados e pré-processados, envolvendo, geralmente, o uso de algoritmos. Após isso, há uma avaliação do modelo para se certificar de que os resultados que estão sendo produzidos sejam os mais confiáveis e precisos possíveis. A partir disso acontece a implementação e uso da ferramenta e um processo permanente de aperfeiçoamento.

Um dos caminhos mais populares é o ChatGPT, que é um chatbot desenvolvido pela OpenAI e que vem sendo aprimorado permanentemente com capacidades de linguagem cada vez mais sofisticadas. Por meio dele, é possível que os usuários interajam com um sistema de conversação baseado em IA para obter informações e suporte.

Se você digitar, por exemplo, em um questionamento mais amplo, o que um eleitor espera de um bom candidato a prefeito, a partir de todas as informações processadas, de uma base de dados, algoritmos e demais processos, o ChatGPT vai te responder sobre as expectativas mais comuns que as pessoas desejam de um político que almeja administrar um município. Ou ele também pode te dar uma linha de discurso para ser feito em uma reunião com um sindicato de professores, por exemplo. Ou ele ainda é capaz de responder alternativas para o candidato adotar com o objetivo de melhorar o transporte público urbano, um problema na maioria das grandes cidades.

IA NA POLÍTICA

De acordo com o próprio ChatGPT, a Inteligência Artificial oferece, entre outras, as seguintes utilidades para a política:

Análise de Dados:

A IA pode ser usada para analisar grandes volumes de dados, como pesquisas de opinião pública, dados demográficos e resultados eleitorais passados, para identificar tendências, padrões e insights úteis para os tomadores de decisão políticos.

Previsão Eleitoral:

Algoritmos de IA podem ser empregados para prever resultados eleitorais com base em dados históricos e em tempo real, ajudando os partidos políticos e candidatos a entender melhor as dinâmicas eleitorais e ajustar suas estratégias de campanha.

Personalização de Mensagens:

A IA pode ajudar os políticos e partidos a personalizar suas mensagens de campanha com base em dados demográficos, preferências individuais e comportamentos online dos eleitores, aumentando a relevância e eficácia das comunicações políticas.

Detecção de Discurso de Ódio e Desinformação:

Algoritmos de IA podem ser treinados para identificar e combater o discurso de ódio, desinformação e fake news online, ajudando a promover um debate político mais saudável e democrático.

Análise de Sentimento:

Ferramentas de análise de sentimento baseadas em IA podem ser usadas para monitorar a opinião pública em relação a políticos, partidos e questões específicas, permitindo uma compreensão mais profunda das preocupações e sentimentos dos eleitores.

Tomada de Decisão Política:

Os sistemas de IA podem ser utilizados para apoiar a tomada de decisão política, fornecendo análises baseadas em dados e modelos preditivos para ajudar os legisladores e formuladores de políticas a avaliar o impacto potencial de diferentes cursos de ação.



Riscos

Por outro lado, é preciso tomar alguns cuidados com o uso da Inteligência Artificial. Ao mesmo tempo que ela pode gerar conteúdos úteis, dependendo dos dados utilizados para treinar os modelos de IA, pode resultar em respostas tendenciosas ou perpetuar estereótipos existentes, o que pode influenciar negativamente o debate político e a tomada de decisões.

Em determinadas situações, a Inteligência Artificial pode ser usada para criar conteúdos falsos, distorcidos ou manipulados. Essa situação pode comprometer a integridade do processo democrático.

Outro risco a ser monitorado é em relação à privacidade e segurança de dados pessoais de eleitores, o que poderá resultar em violações de privacidade e manipulação indevida das informações dos eleitores.

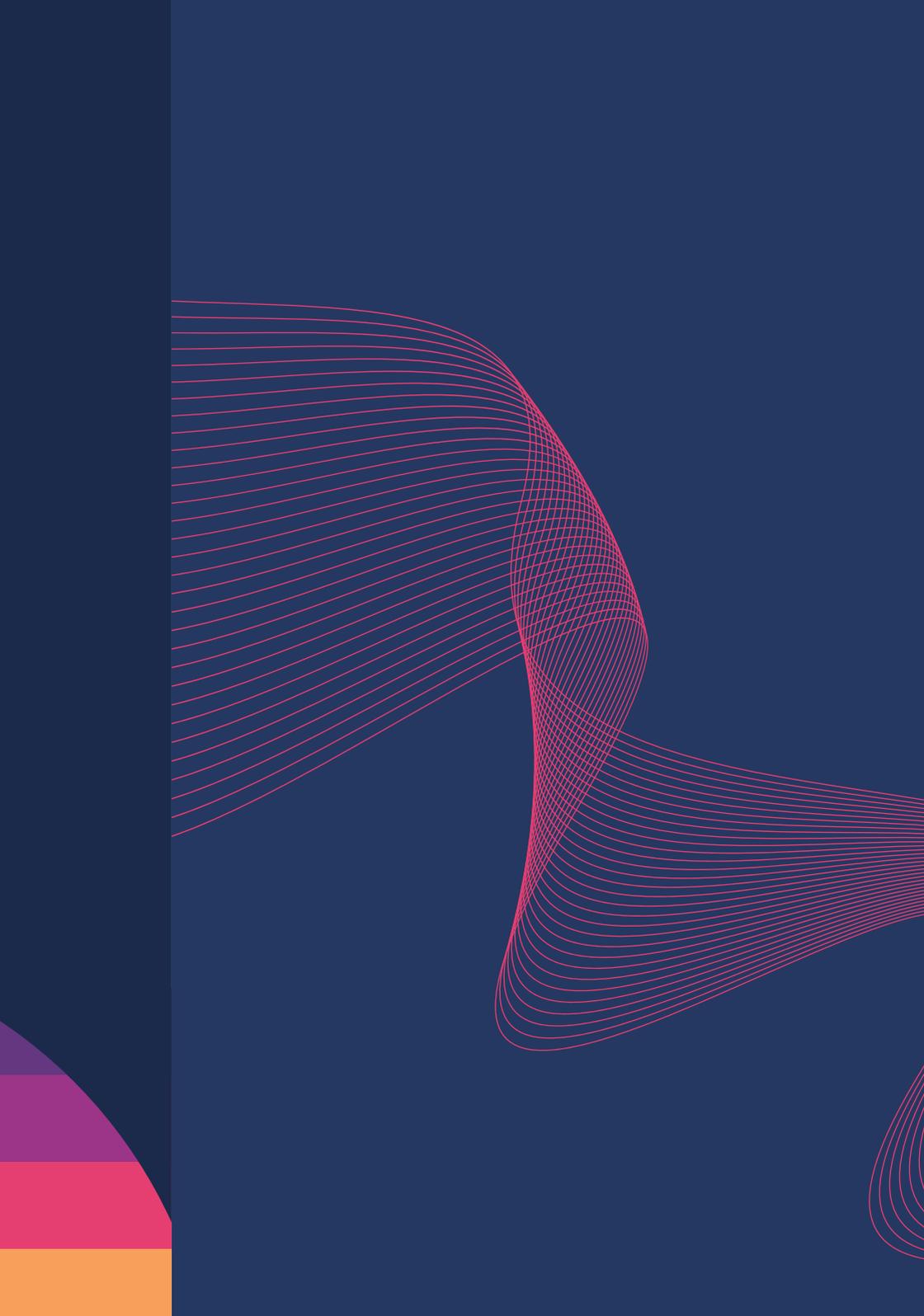
A possibilidade de ataques cibernéticos também deve ser observada, pois os sistemas de IA, assim como qualquer outro, podem estar vulneráveis a ataques de hackers, o que poderá, também, comprometer a integridade dos processos e a segurança dos dados dos eleitores.

Regras do TSE para o uso da IA nas eleições

No dia 27 de fevereiro o Tribunal Superior Eleitoral aprovou resoluções que terão validade para as eleições deste ano envolvendo a Inteligência Artificial. São as seguintes:

- Exigência de rótulos de identificação de conteúdo multimídia fabricado – qualquer material visual feito por meio de inteligência artificial deverá trazer o aviso explícito sobre o uso da tecnologia;
- Restrição ao uso de chatbots e avatares para intermediar a comunicação da campanha – fica proibido simular conversas com o candidato ou outro avatar que aparente ser uma pessoa real;
- Vedação absoluta, seja contra ou a favor de candidato, do uso de deep fake – conteúdo fabricado em formato de áudio, vídeo ou combinação de ambos e que tenha sido gerado ou manipulado digitalmente para criar, substituir ou alterar imagem ou voz de pessoa viva, falecida ou fictícia;
- Paralelamente, os provedores de aplicações na internet (redes sociais e aplicativos de mensagem, por exemplo) ficam obrigados a retirar do ar, sem a necessidade de ordem judicial, contas e materiais que promovam condutas e atos antidemocráticos e também discursos de ódio, como racismo, homofobia, fascismo e qualquer tipo de preconceito.

O uso irregular da IA pode gerar consequências também eleitorais, como cassação do registro de candidatura e do mandato.





Progressistas