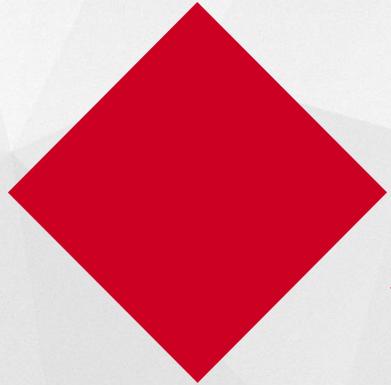


Estratégias Tecnológicas dos Partidos de Inserção nas Redes Sociais



INTRODUÇÃO

As mídias sociais redefiniram a comunicação global, diminuindo barreiras geográficas e permitindo que informações e ideias circulem livremente e rapidamente. Este fenômeno transformou a forma como as sociedades se organizam, protestam e até como votam. Movimentos sociais e políticos agora utilizam essas plataformas para mobilizar simpatizantes, disseminar mensagens e organizar eventos com eficiência sem precedentes. A ideia de McLuhan sobre a "aldeia global" se materializou, onde eventos locais ganham visibilidade global instantaneamente. A "plana" realidade de Friedman, onde distâncias e barreiras são quase irrelevantes, tornou-se palpável nas redes sociais, que são instrumentos de poder na construção e no impacto de movimentos sociais e políticos.



Organização, Ideologia e Ética Política

CONTEÚDO

01 Conteúdo 1



02 Conteúdo 2



03 Conteúdo 3



04 Conteúdo 4



05 Conteúdo 5



06 Conteúdo 6





01

EVENTOS MARCANTES

- Sub-Topico
- Sub-Topico 2
- Sub-Topico 3
- Sub-Topico 4
- Sub-Topico 5





FILIPINAS (2001):



As manifestações conhecidas como EDSA II nas Filipinas foram um dos primeiros exemplos de como as mensagens de texto e as redes sociais poderiam ser usadas para convocar rapidamente grandes números de pessoas para protestos políticos, levando à renúncia do então presidente Joseph Estrada.



ELEIÇÃO DE BARACK OBAMA (2008)



A campanha de Obama foi pioneira no uso de mídias sociais para engajar eleitores, arrecadar fundos e mobilizar voluntários, criando um novo paradigma para campanhas eleitorais que agora integram plataformas digitais como um componente essencial.





REVOGAÇÃO DOS RESULTADOS DAS ELEIÇÕES NA MOLDÁVIA (2009)



Conhecida como a "Revolução do Twitter", esta foi uma das primeiras instâncias em que a mídia social foi usada para organizar e executar protestos contra resultados eleitorais fraudulentos, demonstrando a capacidade das redes sociais de catalisar ação política rápida.





PRIMAVERA ÁRABE NO ORIENTE MÉDIO (INÍCIO DE 2011)



Uma série de protestos anti-governamentais que abalaram o Oriente Médio, a Primavera Árabe foi significativamente impulsionada pelas mídias sociais, que serviram como uma ferramenta para organização, comunicação e ampliação do alcance do movimento.





BRASIL - ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2018



As redes sociais tiveram um papel crucial na eleição de Jair Bolsonaro. O uso de plataformas como Facebook, Twitter e WhatsApp foi intenso tanto para a disseminação de propostas quanto para ataques contra opositores. A campanha foi marcada pela disseminação de fake news e pelo uso de grupos para organizar e energizar apoiadores.



ÍNDIA - ELEIÇÕES GERAIS DE 2019



O partido Bharatiya Janata (BJP) e seu líder, Narendra Modi, utilizaram as redes sociais para disseminar sua mensagem e para mobilizar simpatizantes. O uso de aplicativos como o WhatsApp foi particularmente notável para a difusão de informações — e, por vezes, de desinformação — durante o período eleitoral.





ESTADOS UNIDOS - ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2020



A campanha de Joe Biden utilizou intensivamente as redes sociais para alcançar eleitores mais jovens e para promover as votações pelo correio, uma vez que a pandemia de COVID-19 dificultou os métodos tradicionais de campanha. Em contrapartida, o então presidente Donald Trump também fez uso extensivo das redes sociais para mobilizar sua base e contestar os resultados da eleição.





02

Evolução da Internet e Mídias Sociais



EVOLUÇÃO DA INTERNET E MÍDIAS SOCIAIS



Como a influência das redes sociais evoluíram

Evolução da Web 1.0 para 2.0

A transição da Web 1.0 para a Web 2.0 transformou a internet num espaço colaborativo onde o **usuário passa a ser criador de conteúdo** e agente de mudança política e social através das mídias sociais.

A Ascensão do Ativismo Digital

As mídias sociais revolucionaram o ativismo, facilitando a organização, disseminação de mensagens e conversão do engajamento online em **ações políticas concretas no mundo físico**.

Interatividade e Participação Como Chave para o Sucesso

O sucesso das mídias sociais em campanhas políticas reside na capacidade de fomentar interatividade e participação ativa, **transformando usuários em influenciadores do processo político**

Evolução da Comunicação Política

A comunicação política foi revolucionada pela **dinâmica bidirecional das mídias sociais**, que permite a segmentação precisa e o ajuste estratégico em tempo real baseado no feedback imediato dos eleitores

Evolução



03

Caso de Estudo - Campanha de Obama



ESTRATÉGIAS DE MÍDIAS SOCIAIS DA CAMPANHA DE 2008



Mobilização de Voluntários

A utilização de ferramentas online para recrutar e coordenar voluntários, proporcionando uma plataforma para que eles próprios organizassem eventos e campanhas locais.

Arrecadação de Fundos Online

Uma campanha de arrecadação de fundos sem precedentes que capitalizou as pequenas doações de uma vasta gama de apoiantes, utilizando plataformas sociais para facilitar e incentivar doações.

Difusão de Mensagens

A criação e compartilhamento de conteúdo adaptado para diferentes plataformas e públicos, desde vídeos virais até posts em blogs, tweets e atualizações de status, cada um projetado para maximizar o engajamento.



RESULTADOS OBTIDOS

Engajamento Massivo

Milhões de apoiantes se engajaram através das diversas plataformas de mídias sociais.



Arrecadação Recorde

A campanha arrecadou mais de 500 milhões de dólares em doações online, com a grande maioria proveniente de pequenos doadores

Impacto Eleitoral

A estratégia de mídias sociais contribuiu significativamente para a vitória eleitoral, mostrando a eficácia dessas ferramentas na obtenção de apoio e na mobilização de eleitores.





LIÇÕES APRENDIDAS



A campanha de Obama forneceu várias lições valiosas para futuras campanhas políticas

- 1 A Importância do Engajamento
- 2 Dados e Microtargeting
- 3 Integração de Plataformas
- 4 Adaptação e Flexibilidade

Conclusão

A campanha presidencial de Barack Obama em 2008 revolucionou o uso das mídias sociais na política. Obama e a sua equipe usaram o Facebook, Twitter e outras plataformas para engajar os eleitores digitais, recolher dados e se adaptar rapidamente à campanha. Isso ajudou Obama a vencer as primárias democratas e depois derrotar John McCain nas eleições gerais.





04

Modelo POST em Ação





POST EM AÇÃO



Pessoas

Entender a audiência. Com QUEM você está falando?



Objetivos

Definir metas claras. Indicadores das Redes Sociais



eStratégia

Criar um plano de ação



Tecnologia

Escolher as ferramentas certas

Estratégia



Determinar claramente os objetivos a serem alcançados com o plano de ação.

Fazer uma análise completa da situação atual em relação aos objetivos definidos.

Identificar os recursos (humanos, financeiros, tecnológicos etc.) necessários para executar o plano.

Definir passo a passo as ações necessárias para alcançar cada objetivo.

Definir objetivos

Analisar situação atual

Identificar recursos

Definir ações

Estabelecer prazos

Designar responsáveis

Monitorar execução

Revisar plano

Determinar prazos realistas para a execução de cada ação.

Designar responsáveis pela implementação de cada ação.

Estabelecer indicadores e processos para monitorar a execução do plano.

Revisar periodicamente o plano e fazer ajustes se necessário.



05

Mapeamento e Manutenção de Conteúdo



A Importância da Consistência e Planeamento dos Conteúdos



Consistência na Mensagem

Uma narrativa forte e contínua constrói confiança e credibilidade com o público.

Calendário Editorial

Planear estrategicamente o conteúdo para que seja publicado de forma consistente e no momento certo.

Antecipação de Tendências

Capitalizar as tendências atuais produzindo conteúdos relevantes e oportunos.

Público-Alvo

Entender profundamente o público-alvo para criar conteúdo que realmente o envolva.

Mensagem e Tom

Manter uma mensagem e um tom consistente que reflitam os valores e visão da campanha.

Principais Formatos de Conteúdo



Texto

Imagem de um livro aberto com texto escrito nas páginas.



Vídeo

Imagem de uma câmera de vídeo filmando.



Live

Imagem de uma pessoa ao vivo em transmissão com um microfone.



Foto

Imagem de uma câmera fotográfica tirando uma foto.



Infográfico

Imagem de um gráfico com informações estatísticas.



Podcast

Imagem de um microfone para gravação de podcast.



06

Tecnologías





ANALISAR ANTES DE COMPRAR

JAN
2023

ESSENTIAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES

NOTE: PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS



ANGOLA

TOTAL
POPULATION



36.13
MILLION

URBANISATION

68.3%

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



20.11
MILLION

vs. POPULATION

55.7%

INTERNET
USERS



11.78
MILLION

vs. POPULATION

32.6%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



3.70
MILLION

vs. POPULATION

10.2%

SOURCES: UNITED NATIONS; GOVERNMENT BODIES; GSMA INTELLIGENCE; ITU; WORLD BANK; EUROSTAT; CNNIC; APJII; IAMAI & KANTAR; CIA WORLD FACTBOOK; COMPANY ADVERTISING RESOURCES AND EARNINGS REPORTS; OECD; BETA RESEARCH CENTER; KEPIOS ANALYSIS. **ADVISORY:** SOCIAL MEDIA USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** SIGNIFICANT REVISIONS TO SOURCE DATA, INCLUDING COMPREHENSIVE REVISIONS TO POPULATION DATA. FIGURES ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS. ALL FIGURES USE THE LATEST AVAILABLE DATA, BUT SOME SOURCE DATA MAY NOT HAVE BEEN UPDATED IN THE PAST YEAR. SEE NOTES ON DATA FOR FULL DETAILS.





ANALISAR ANTES DE COMPRAR

JAN
2023

POPULATION BY AGE

SHARE OF THE TOTAL POPULATION BY AGE GROUP



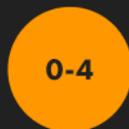
ANGOLA

TOTAL
POPULATION



36.13
MILLION

POPULATION
AGED 0-4



17.1%

POPULATION
AGED 5-12



22.9%

POPULATION
AGED 13-17



11.5%

POPULATION
AGED 18-24



12.5%

POPULATION
AGED 25-34



13.7%

POPULATION
AGED 35-44



9.7%

POPULATION
AGED 45-54



6.1%

POPULATION
AGED 55-64



3.9%

POPULATION
AGED 65+



2.6%





ANALISAR ANTES DE COMPRAR

JAN
2023

WEB TRAFFIC REFERRALS FROM SOCIAL MEDIA

SHARE OF WEB TRAFFIC ARRIVING ON THIRD-PARTY WEBSITES VIA CLICKS OR TAPS ON LINKS PUBLISHED IN SOCIAL MEDIA PLATFORMS (ANY DEVICE)



FACEBOOK



84.26%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+2.8% (+233 BPS)

TWITTER



3.10%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+134.8% (+178 BPS)

INSTAGRAM



1.23%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+95.2% (+60 BPS)

PINTEREST



8.32%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-32.8% (-407 BPS)

YOUTUBE



2.69%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-17.7% (-58 BPS)

REDDIT



0.13%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+18.2% (+2 BPS)

TUMBLR



0.13%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-27.8% (-5 BPS)

LINKEDIN



0.12%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-20.0% (-3 BPS)

VKONTAKTE



0.02%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
[UNCHANGED]

OTHER



0%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
[N/A]

SOURCE: STATCOUNTER. NOTES: SHARE DOES NOT INCLUDE TRAFFIC FROM MESSENGER PLATFORMS. DATA ARE ONLY AVAILABLE FOR A SELECTION OF PLATFORMS, AND PERCENTAGES REFLECT SHARE OF AVAILABLE PLATFORMS ONLY. FIGURES REPRESENT THE SHARE OF WEB TRAFFIC ARRIVING ON THIRD-PARTY WEBSITES VIA CLICKS OR TAPS ON LINKS PUBLISHED ON EACH PLATFORM AS A PERCENTAGE OF TOTAL WEB TRAFFIC ARRIVING FROM THE AVAILABLE SELECTION OF SOCIAL PLATFORMS IN NOVEMBER 2022. PERCENTAGE CHANGE VALUES REPRESENT RELATIVE YEAR-ON-YEAR CHANGE (I.E. AN INCREASE OF 20% FROM A STARTING VALUE OF 50% WOULD EQUAL 60%, NOT 70%). "BPS" VALUES REPRESENT BASIS POINTS, AND INDICATE THE ABSOLUTE CHANGE. FIGURES MAY NOT SUM TO 100% DUE TO ROUNDING.

we
are
social

Meltwater





07

Monitorização Constante





ANALISAR META DADOS E AGIR



Monitoramento em Tempo Real:

- Utilização das tecnologias para análise e resposta rápida aos dados e indicadores.
- Ajuste dinâmico das estratégias políticas com base em insights atualizados.

Ferramentas de Análise de Dados:

- Softwares de análise e plataformas de monitoramento das redes sociais.
- Sistemas de inteligência artificial para previsão e adaptação de tendências.

Equipe de Especialistas:

- Analistas de dados para transformar grandes volumes de informação em ações estratégicas.
- Especialistas em redes sociais para alinhar comunicação com expectativas do eleitorado.

Impacto Estratégico:

- Decisões informadas e estratégias de comunicação eficazes.
- Fortalecimento da conexão com o eleitorado e melhoria da eficiência operacional.

A aliança entre tecnologia avançada e a expertise de profissionais especializados é vital para o sucesso de campanhas políticas contemporâneas. Esta combinação garante não só a eficiência e a eficácia na gestão de campanhas, mas também uma comunicação mais assertiva e engajadora com o eleitorado.

Obrigado pela Atenção

MPLA

