



FEN

Fundação
ECOLÓGICA
NACIONAL



E-BOOK 03/2022

CRIANDO CONTEÚDOS PARA AS REDES SOCIAIS



EXPEDIENTE

© Copyright 2022

[Ebook 03/2022](#) | [Criando conteúdos para as redes sociais](#)

Uma publicação da FEN – Fundação Ecológica Nacional
CNPJ – 17.971.099/0001-71
Rua Santo André nº 534, Jd. Europa, São
Jose do Rio Preto – SP - CEP: 15014-490

Presidente da Diretoria Executiva

Ovasco R. A. Resende

Presidente do Conselho Curador

Ulisses Ramalho de Almeida

Gestão Jurídica

Barbara de Freitas

Distribuição e circulação eletrônica em formato PDF
Edição nº 3 - Março de 2022

Textos

Gilberto Musto | Consultor político e escritor

Diagramação

Tais Carniatto

PALAVRA DO PRESIDENTE

SEUS CONTEÚDOS REFLETEM SUA PERSONALIDADE E PROJETOS

Com a chegada da pré-campanha e a facilidade de produzir conteúdos em redes sociais, o planejamento de comunicação deve ser feito com base em conteúdos de relevância.

Postar simplesmente por postar, não convence o eleitor que efetivamente está se estreitando o relacionamento e publicizando ideias e projetos.

Ocorre que dar publicidade ao que se pretende fazer em mandato seja na gestão pública ou no legislativo, não deve conter apenas o que se vai fazer, mas como realizar.

Hoje não há segredo a ninguém sobre nada. Qualquer pessoa que ingressar rapidamente com uma busca na internet, irá descobrir muito sobre os mais diversos assuntos, inclusive o que foi proposto em seu conteúdo.

Para convencer o eleitor, a facilidade de entendimento do que realmente o projeto consiste e a viabilidade de execução, devem estar bem claros nas postagens. Isso vai retratar a competência e a possibilidade para atender as necessidades dos eleitores e internautas.

Uma vez entendendo esses primeiros

eixos da comunicação, ajudamos você com a proposição de conteúdos está neste e-book que a FEN disponibiliza a você e sua equipe de campanha, dando importantes dicas de como devem ser planejadas e alinhadas estas informações e as melhores práticas para a campanha de 2022.

Sugiro que leia atentamente e compartilhe com sua equipe este e-book e tenha muito sucesso em seu projeto.

Boa leitura!

Ovasco R. A. Resende

Presidente FEN – Fundação Ecológica Nacional





ÍNDICE

O QUE SÃO E PARA QUE SERVEM **5**

PARA ONDE VÃO NOS LEVAR **8**

QUAIS SÃO OS TIPOS DE REDES SOCIAIS E COM QUAIS PÚBLICOS ELAS CONVERSAM? **11**

FORMATOS X REDES **15**

QUANTIDADE DE POSTS, HORÁRIOS E LINKS **17**

SEGUIDORES OU ENGAJAMENTO? **19**

TENDÊNCIAS PARA 2022 **21**



♥ 25

💬 9

7

O QUE SÃO E PARA QUE SERVEM



Que as redes sociais assumem um papel relevante na sociedade disso ninguém duvida, principalmente por causa do “boom” frente às novas formas de se fabricar informações fidedignas com maior celeridade. Hoje em dia, praticamente todos que têm acesso à internet se informam pelas plataformas digitais, além da possibilidade de criar muitas conexões e networking.

Dessa forma, as redes sociais nada mais são que espaços virtuais que reúnem empresas e pessoas para se relacionarem por meio do compartilhamento de conteúdos que envolvam diversos nichos. Como exemplos podemos citar as mais utilizadas como Instagram, Facebook, Twitter e TikTok, cada uma com suas peculiaridades e com modos distintos de utilização.

Uma pesquisa encomendada pela Câmara dos Deputados e pelo Senado Federal em 2019, mostrou que 79% dos brasileiros recebem notícias sempre pelo WhatsApp, fato que deve ser constantemente checado, tendo em vista que as fake news estão sempre presentes, justamente pelo fato de que há uma onda gigante de informação despejada nas redes todos os dias e a todo momento.

Outra pesquisa feita pelo PoderData, em 2021, constatou que a internet e a televisão são os veículos mais utilizados pelos brasileiros como meios de informação, ou seja, 43% se informam na web, enquanto que a televisão, por sua vez, é utilizada por 40%.



Além de serem ótimas ferramentas para quem deseja se destacar na internet, vale lembrar que bons conteúdos também devem ser levados em consideração ao serem publicados, uma vez que não adianta estar presente nas redes sociais se não postar nada. Porém, para isso faz-se necessário conhecer bem o público-alvo, interagindo cada vez mais com ele e entender quais conteúdos lhe interessam.

Um dos pontos que não deve ser esquecido é ter objetivos claros de modo que favoreçam a comunicação entre a plataforma escolhida e o público. Logo depois, investir cada vez mais em formatos diferentes, aproveitando todos os benefícios que a plataforma oferece.



2

***PARA ONDE VÃO
NOS LEVAR***



É indiscutível que as redes sociais facilitaram o acesso à informação. Para tanto, basta ter um sinal de wi-fi ou internet móvel que uma gama de possibilidades se abre com o acesso aos portais de notícias ou às redes sociais deles. Entretanto, como citado anteriormente, ter cautela ao receber e repassar informações é importante para que não se espalhe notícias de caráter duvidoso.

Há cada vez mais uma necessidade de se relacionar e, infelizmente, não adianta muito fugir da tecnologia, já que todos estão imbuídos nela. Por causa das pesquisas apresentadas até agora, é nítido que as redes deixaram de ser apenas uma forma de manter contatos, mas também alavancou o leque de possibilidades para atrair novos clientes e eleitores, por exemplo.

Diante disso, uma pessoa que irá concorrer a algum cargo político deve se manter em alerta e saber como utilizar as redes sociais a seu favor, afinal estar bem representado no mundo on-line pode garantir resultados inéditos e eficazes, desde que o candidato se adapte às plataformas e se encaixe nas opções que elas oferecem.

A percepção de se aproximar do eleitor por meio da internet é cada vez mais comum e se assemelha como se estivesse frente a frente só que no mundo virtual e de maneira mais célere que irá conquistar cada vez mais o público desejado.



Existem também os chamados influenciadores digitais. Em outras palavras, estar perto deles também pode ser uma boa alternativa, uma vez que são eles os especialistas nas plataformas e exercem um poder sobre quem os segue. Pense, por exemplo, em gravar um pequeno stories no Instagram com um influenciador e compartilhar o material em algum aplicativo social. Logo, seus seguidores irão começar a se en-

gajar ainda mais, visto que você está de um lado de quem realmente entende.

Todo e qualquer candidato que deseja estar atualizado sobre o mundo digital deve, em primeiro lugar, estudar como cada plataforma se comporta e estarem munidos de bastante conhecimentos sobre elas, pois só assim conseguirá manter uma comunicação objetiva e direta com o eleitor.



3

***QUAIS SÃO OS TIPOS
DE REDES SOCIAIS E
COM QUAIS PÚBLICOS
ELAS CONVERSAM?***

A cada dia que passa surge algo diferente nas redes sociais, seja uma atualização, uma outra novidade ou até mesmo uma nova rede social. Para não ficar para trás, é imprescindível ficar atento. Por isso, aqui vou mencionar algumas plataformas que podem ser usadas de forma benéfica para o compartilhamento de bons conteúdo e para maior engajamento com o público-alvo.



3.1. INSTAGRAM

Nesta plataforma, há aproximadamente 1 bilhão de usuários ativos e é a quinta rede social mais popular do mundo, atrás do próprio Facebook que a comprou por US\$ 1 bilhão. Entretanto, questiona-se o que há de tão inovador no Instagram, já que a rede está em constante atualização.

3.1.2. STORIES

Os stories são caracterizados por uma sequência de vídeos que permite ser gravados onde quer que o usuário esteja. Além disso, pode ser de forma simples e bastante descontraída para que seus seguidores vejam o que você está fazendo. Os vídeos desaparecem após 24 horas.

3.1.3. PUBLICAÇÕES PELO COMPUTADOR

Antes, o Instagram não permitia publicar conteúdos diretamente do computador. Agora, para ter mais agilidade, rapidez e facilitar o processo, a plataforma permite essa façanha.

3.1.4. FEED

Para que o conteúdo fique registrado e não desapareça após 24h, como nos stories, é possível postar fotos no feed que podem ter bastante alcance com o auxílio das hashtags corretas. Para isso, pesquise aquelas que fazem parte do seu nicho e do público que quer atingir e utilize-as.

3.1.5. ADICIONAR AO PRÓPRIO STORIES

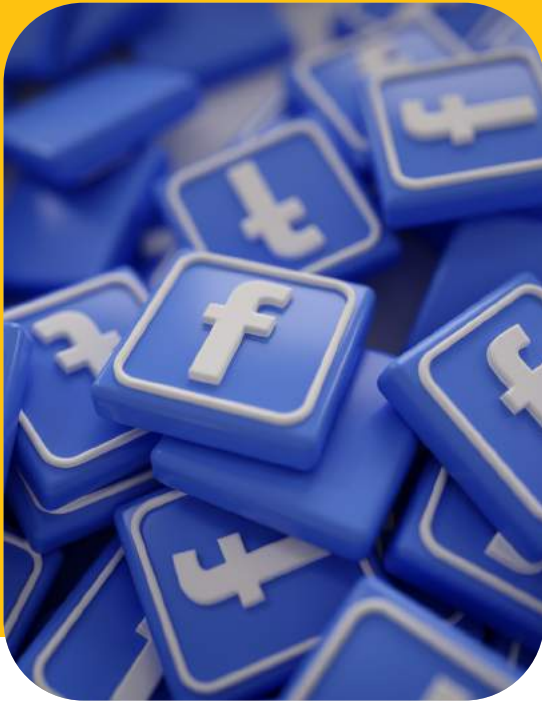
Caso alguém tenha te marcado ao postar algo no stories, é possível repostar o material como forma de interagir com a pessoa que te marcou.

3.1.6. FIGURINHA COM O LINK “CLIQUE AQUI”

Antigamente, o recurso “arrasta para cima” só era permitido para usuários que tinham acima de 10 mil seguidores. Agora, qualquer pessoa pode utilizar a novidade para colocar um link de um site, uma ótima oportunidade para mostrar aos seus seguidores uma reportagem que algum veículo deu sobre você, por exemplo.

Vale ressaltar que aqui foram citadas apenas algumas possibilidades que o Instagram oferece, porém há mais que podem ser exploradas na plataforma.





4.0 FACEBOOK

O Facebook (agora Meta) tem, aproximadamente, 1,93 bilhão de usuários por dia. É o que aponta a empresa, que tem a segunda maior plataforma de publicidade digital do mundo, depois do Google, no quarto trimestre de 2021. A rede social é um local de distribuir conteúdos bem feitos que são eficazes para um candidato que deseja se adaptar em todas as plataformas, por exemplo.

5.0 TIKTOK

Para vídeos mais curtos, recomenda-se o TikTok. O app é destinado justamente para quem não gosta de ver materiais longos e não os assiste até o final. Essa é uma alternativa bastante interessante que pode render bons conteúdos e engajar com o assunto do momento que deverá ser passado em poucos segundos.

6.0. TWITTER

A famosa rede social do “passarinho azul” permite que os usuários escrevam textos de até 280 caracteres. Isso quer dizer que a pessoa precisa ser breve no que deseja repassar aos seus seguidores.





7.0 WHATSAPP

Utilizado no mundo inteiro, o WhatsApp é um aplicativo que permite mandar mensagens em tempo real, além da possibilidade de fazer ligações grátis para qualquer pessoa. Também podem ser enviados vídeos, fotos, documentos e imagens.

Por essa rede, um candidato pode apresentar propostas de governo ao eleitor instantaneamente, desde que respeite a privacidade do receptor e envie a mensagem respeitando os limites de quem a receberá.

Lembrando que o excesso de mensagens pode incomodar o eleitor. Por isso, é importante ter uma lista de contatos e definir os horários que os conteúdos serão enviados.



4

**FORMATOS X
REDES**



Cada rede social possui um formato distinto. Se por um lado o Instagram é mais voltado para fotos no feed, por outro lado o Twitter se assemelha a um microblog, permitindo que o usuário se expresse por meio de 280 caracteres. Em outras palavras, as plataformas digitais são lugares em que os conteúdos devem ser produzidos pensando sempre no engajamento.

No Facebook, por exemplo, não se deve postar conteúdos de qualquer jeito. Isso porque deve-se observar quais são os assuntos que podem gerar mais engajamento com o público-alvo. Dessa forma, os posts podem ser voltados a assuntos mais leves, de momento, evitando sempre assuntos polêmicos que podem render comentários ofensivos.

Como já falamos anteriormente, o Twitter é uma rede social que permite ao usuário escrever apenas 280 caracteres. Por conseguinte, o leitor irá procurar assuntos mais rápidos. Logo é sempre melhor optar por ser direto, simples e objetivo nessa rede social.

No Instagram, deve-se buscar se moldar às possibilidades que ele oferece prezando sempre por vídeos curtos. Em relação às imagens, a opção é postá-las quando estiver em um evento importante, por exemplo, e lembrar de usar as hashtags que estão em alta. Para tanto, faça uma boa pesquisa.

No WhatsApp, o ideal é criar uma lista de transmissão com pessoas que têm interesse em receber seus conteúdos em tempo real. Para as demais redes sociais, busque se moldar ao que elas têm de melhor para oferecer seus conteúdos.





5

**QUANTIDADE DE
POSTS, HORÁRIOS E
LINKS**

Saber exatamente a hora que as pessoas estão conectadas nas redes sociais é fundamental para fazer suas postagens. A Sprout Social, empresa que gerencia e monitora a presença nas redes sociais, publicou uma lista com os melhores horários para se postar no Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn.

De acordo com a análise, no Facebook, os horários mais indicados para publicações são nas terças, quartas e sextas das 9h às 13h. Já nas segundas-feiras, as postagens são boas entre 9h e meio-dia. Na visão da plataforma, publicar aos fins de semana não costuma ser uma boa estratégia.



No Instagram, por sua vez, o levantamento constatou que o melhor horário para se postar é às terças-feiras, entre 11h e 14h, ou de segunda à sexta-feira, de 11h às 12h. Em seguida, no Twitter o melhor dia é quarta-feira entre 6h e 15h. No entanto, se a pessoa desejar postar na terça ou quinta-feira, o ideal é que seja entre 9 e 11h, considerados horários de pico.

5.1 QUANTIDADE DE POSTS

Muitas publicações podem fazer com que o engajamento e o alcance caiam. Dessa forma, no Instagram um post diário já é mais do que suficiente. No entanto, o usuário pode postar três conteúdos ao dia, desde que tenha muita relevância no conteúdo.

No Facebook, é recomendável publicar duas vezes ao dia. Mas isso depende dos objetivos que a pessoa tem ou do investimento em mídia paga, acompanhado do modo de divulgação e criatividade.

Em relação ao Twitter, a média estratégica para postagens está entre três e cinco tweets, devido à grande quantidade de conteúdos publicados a todo momento. Nesta rede social, ainda há a possibilidade de retweetar menções, além de poder interagir com os seguidores.





6

***SEGUIDORES OU
ENGAJAMENTO?***

Não é possível negar que seguidores no Instagram assumem um importante papel porque são eles que darão o engajamento necessário ao seu perfil por meio de conteúdos compartilhados. O engajamento, por sua vez, se caracteriza pela interação dos usuários com a marca ou a empresa que seguem nas redes sociais.



É justamente por meio do engajamento que a marca, empresa ou usuário saberá se seus conteúdos estão sendo bem vistos pelos seguidores, motivando-os a interagir mais com as postagens. Sem seguidores, fica muito difícil ter algum tipo de engajamento.



7

***TENDÊNCIAS
PARA 2022***



Com as eleições em vista, é perceptível que as redes sociais serão bastante utilizadas por candidatos a algum cargo. Dessa forma, os usuários de qualquer rede social precisam estar atentos aos conteúdos que estão sendo postados, uma vez que há muita gente que utiliza esses espaços para disseminar fake news. Nesse advento, também existem aqueles que desejam levar uma informação fidedigna ao seu eleitor, bem como engajá-lo de forma que propague os conteúdos.

Esteja sempre atento às agências de fact-checking quando observar uma postagem de caráter duvidoso. Lembre-se das consequências que as notícias falsas podem trazer. Resumindo, redes sociais são para facilitar a comunicação entre empresas, pessoas, marcas e seguidores.

Fontes consultadas:

www.correiodopovo.com.br
<https://blog.fortestecnologia.com.br>
<https://g1.globo.com/economia>
<https://www.poder360.com.br>
<https://www.postdigital.cc>
<https://www.metropoles.com>
<https://rockcontent.com/br/blog/frequencia-de-postagem-nas-redes-sociais/>

