

João Canavilhas
Branco Di Fátima

Thais Longaray
(infografia)

Radars das Legislativas

Os partidos políticos e os seus
líderes na **esfera pública digital**

João Canavilhas
Branco Di Fátima

Thais Longaray
(infografia)

Radarm das Legislativas

Os partidos políticos e os seus
líderes na esfera pública digital

Título

Radarm das Legislativas:
Os partidos políticos e os seus
líderes na esfera pública digital

Autores

João Canavilhas
Branco Di Fátima

Design e paginação

Thais Longaray

ISBN

978-989-654-978-7 (papel)
978-989-654-980-0 (pdf)
978-989-654-979-4 (epub)

Depósito legal

527919/24

DOI

<https://doi.org/10.25768/654-980-0>

Universidade da Beira Interior
Rua Marquês D'Ávila e Bolama
6201-001 Covilhã
Portugal
www.ubi.pt

Covilhã, 2024



© 2024, João Canavilhas.
© 2024, Branco Di Fátima.
© 2024, Universidade da
Beira Interior.

O conteúdo desta obra
está protegido por Lei.
Qualquer forma de
reprodução, distribuição,
comunicação pública
ou transformação da
totalidade ou de parte
desta obra carece de
expressa autorização do
editor e dos seus autores.
Os artigos, bem como a
autorização de publicação
das imagens, são da
exclusiva responsabilidade
dos autores.

Índice

A lista de conteúdos é interativa



[Introdução](#)

[Partidos](#)

[Parlamento](#)

[Pesquisas no Google](#)

Redes Sociais

[Facebook](#)

[Instagram](#)

[YouTube](#)

[TikTok](#)

[X](#)

Página dos Partidos

Página dos Partidos

Canal dos Partidos

Página dos Partidos

Página dos Partidos

Seguidores

Seguidores

Subscritores

Seguidores

Seguidores

Publicações

Publicações

Vídeos

Influência

Publicações

Interações

Interações

Visualizações

Vídeos

Publicações Multimédia

Destaques

Destaques

Interações

Eleições nos Media

Eleições nos Media

Visualizações

Palavras mais Utilizadas

Palavras mais Utilizadas

[Dados e Métodos](#)

[Referências](#)

[Contactos](#)

Introdução

Este relatório analisa o desempenho online dos partidos políticos e dos seus líderes no âmbito das Eleições Legislativas 2024. Para medir o impacto das campanhas na **esfera pública digital**, investigadores do LabCom – Universidade da Beira Interior (UBI) compilaram mais de 11,6 mil publicações e 10,2 milhões de interações nas plataformas mais utilizadas pelos portugueses.

Em eleições nacionais, como as Legislativas, o contacto entre os partidos políticos e os cidadãos faz-se, sobretudo, através dos meios de comunicação. As ações de rua e os comícios, que até aos anos 80 do século passado tinham algum impacto nos resultados, são hoje mais um momento mediático. Não valem por si, mas pela repercussão que podem ter nos meios de comunicação de massa.

Os media tradicionais – sobretudo a imprensa e a rádio – perderam relevância eleitoral, embora a sua presença na internet permita uma visibilidade significativa. A televisão continua a ser um meio poderoso nesse ecossistema mediático, mas é na internet, geralmente acedida através de smartphones, que as eleições têm agora um importante palco.

Embora os sites institucionais sejam relevantes, é nas redes sociais que os partidos investem cada vez mais. Além do potencial para chegar a públicos muito diversos, estas plataformas permitem fugir à media-

ção informativa dos media tradicionais. Um comício com pouca assistência, por exemplo, pode transformar-se numa ação de sucesso, desde que as imagens partilhadas nas redes sociais sejam captadas na perspetiva que mais interessa ao partido.

Os resultados preliminares de um inquérito a estudantes do ensino superior, conduzido por investigadores do LabCom UBI, revelam o forte impacto das redes sociais no eleitorado jovem. Cerca de 70,0% afirmam acompanhar o atual cenário político nacional em plataformas como Facebook, Instagram e YouTube. Sete em cada dez inquiridos também dizem que as redes sociais exercem influência na forma como votam.

É neste contexto que decorrem as Eleições Legislativas 2024, disputadas tanto nos media tradicionais como na esfera pública digital. Assim, este relatório analisa o desempenho online dos partidos e dos seus líderes no Google, Facebook, X, Instagram, YouTube e TikTok. Os dados abrangem o período entre 9 de

novembro de 2023 (data do anúncio da dissolução da Assembleia da República) e 19 de fevereiro de 2024 (fim dos debates televisivos entre os líderes).

A amostra considera 6.251 publicações e 8,7 milhões de interações nas páginas oficiais dos partidos, além das tendências nacionais de pesquisa na Web. Também é mapeado o espaço ocupado pelos partidos nas redes sociais de 18 órgãos de comunicação social de referência, a partir de 4.703 menções diretas aos líderes partidários.

As redes sociais são o ambiente mais dinâmico das disputas políticas em diversos países. No caso português, os partidos reúnem atualmente 2,1 milhões de seguidores, que aumentam o alcance das suas mensagens ao reagir, partilhar e comentar. Mais do que a notícia no jornal ou o debate na televisão, interessa o mimetismo de citações, fotos e vídeos na internet. O objetivo é transmitir uma dinâmica de vitória que possa gerar votos.

Índice

Introdução
Partidos
Google
Redes Sociais
Facebook
Instagram
YouTube
TikTok
X

Partidos

No dia 10 de março de 2024, os portugueses vão às urnas para escolher a próxima Legislatura. O partido, ou partidos, que formarem governo terão de tomar importantes decisões nos próximos anos. Em cima da mesa estão questões fulcrais para o país, como o problema do acesso à habitação, a reestruturação do Serviço Nacional de Saúde (SNS) e a localização do novo aeroporto de Lisboa, entre outros.



GOOGLE



REDES SOCIAIS



FACEBOOK



INSTAGRAM



YOUTUBE



TIKTOK



X

Partidos

COLIGAÇÃO	PARTIDO	SIGLA	INSCRIÇÃO	LÍDER	SITE
-	Partido Socialista	PS	2/1/1975	Pedro Nuno Santos	🔗
Aliança Democrática (AD)	Partido Social Democrata	PSD	1/25/1975	Luís Montenegro	🔗
	CDS - Partido Popular	CDS-PP	1/13/1975	Nuno Melo	🔗
	Partido Popular Monárquico	PPM	2/17/1975	Gonçalo da Câmara Pereira	🔗
-	Chega	CH	4/9/2019	André Ventura	🔗
	Iniciativa Liberal	IL	12/13/2017	Rui Rocha	🔗
Coligação Democrática Unitária (CDU)	Partido Comunista Português	PCP	12/26/1974	Paulo Raimundo	🔗
	Partido Ecologista Os Verdes	PEV	12/15/1982	Liderança Coletiva	🔗
-	Bloco de Esquerda	B.E.	3/24/1999	Mariana Mortágua	🔗
-	Livre	L	3/19/2014	Rui Tavares	🔗
-	Pessoas – Animais – Natureza	PAN	1/13/2011	Inês Sousa Real	🔗

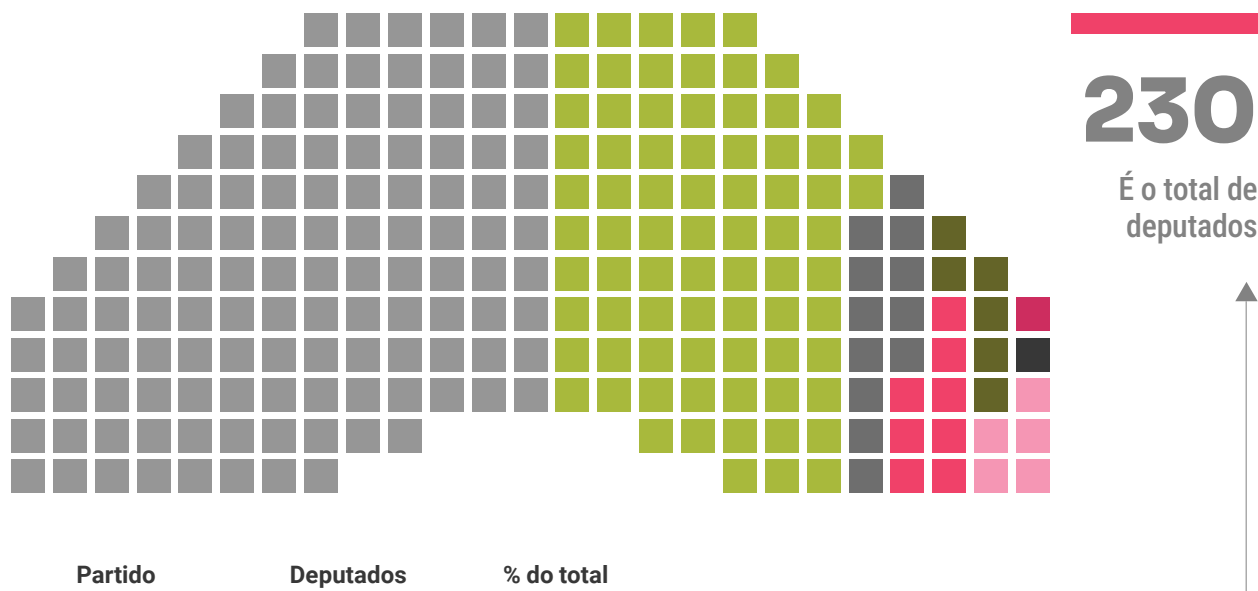
Índice

- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

Assentos Parlamentares

A Assembleia da República, dissolvida oficialmente no dia 15 de janeiro de 2024, pelo Presidente da República, resultou das Eleições Legislativas 2022. Nesse ato eleitoral, o Partido Socialista conseguiu uma inesperada maioria absoluta (120 dos 230 deputados), após ter governado uma Legislatura com maioria relativa. Foi nesse contexto que nasceu a chamada “gerigonça”, que permitiu ao PS governar com os votos favoráveis ou a abstenção do PCP, BE e PAN.

Apesar de ter as condições ideais para uma governação sem sobressaltos, o Governo do Partido Socialista sofreu várias alterações na sua equipa devido aos mais diversos escândalos. O processo *Operação Influencer*, onde o nome do primeiro-ministro surgiu em escutas, levou à demissão de António Costa. Na sequência, o Presidente da República optou por marcar novas eleições.



Partido	Deputados	% do total
■ PS	120	52,2
■ PSD	77	33,5
■ CH	12	5,2
■ IL	8	3,5
■ PCP	6	2,6
■ B.E.	5	2,2
■ L	1	0,4
■ PAN	1	0,4

NOTA: CDS-PP, PPM e PEV não têm assentos parlamentares.

FONTES: Comissão Nacional de Eleições, Assembleia da República, Ministério da Administração Interna, website dos partidos.

Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

X

Pesquisas no Google

Nestas eleições, a maioria dos partidos políticos com assento parlamentar tem um novo líder. Assim, é natural que os cidadãos queiram conhecer os dirigentes partidários. Estes resultados são um reflexo de milhões de pesquisas realizadas pelos portugueses diariamente no Google. Os dados foram extraídos entre 9 de novembro de 2023 (data da dissolução da Assembleia da República) e 19 de fevereiro de 2024 (fim dos debates televisivos), e aparecem numa escala de 0 a 100 pontos de interesse.



REDES SOCIAIS



FACEBOOK



INSTAGRAM



YOUTUBE



TIKTOK



X

Interesse dos Portugueses

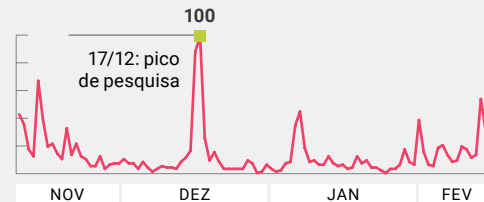
Esperava-se que os debates televisivos fossem os pontos altos de alguns dos líderes partidários, o que efetivamente aconteceu, mas com uma coincidência. Rui Rocha, Paulo Raimundo, Mariana Mortágua e Rui Tavares registaram as maiores taxas de pesquisa no dia em que debateram com André Ventura. O Chega confirma assim um forte poder de atração na Web.

Em termos regionais não parece haver relação entre as pesquisas no Google e os resultados dos partidos nas eleições anteriores. A curiosidade é verificar que o distrito de Portalegre, um dos que elege menos deputados, foi o que mais pesquisou o nome de quatro dos 11 candidatos. Outra particularidade é a concentração de pesquisas da IL em distritos do litoral, coincidindo com a sua tendência de voto mais urbana.



Pedro
Nuno Santos

Tendências de Pesquisa no Google



O pico de interesse coincide com a sua eleição para secretário-geral do Partido Socialista.

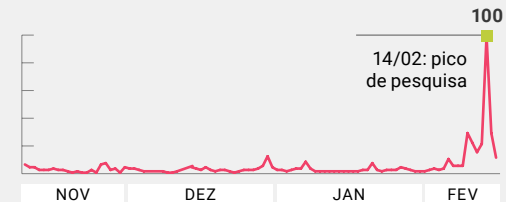
Interesse por distrito

- 1 Portalegre
- 2 Viseu
- 3 Aveiro
- 4 Coimbra
- 5 Vila Real



Luís
Montenegro

Tendências de Pesquisa no Google



Regista o maior pico de interesse num período em que cancelou a agenda devido à morte de um familiar.

Interesse por distrito

- 1 Vila Real
- 2 Bragança
- 3 Évora
- 4 Guarda
- 5 Porto



Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

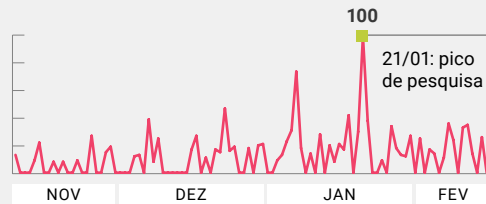
X

Interesse dos Portugueses



Nuno Melo

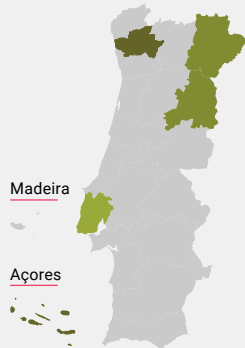
Tendências de Pesquisa no Google



O pico de interesse coincide com a Convenção por Portugal, um evento da coligação Aliança Democrática (AD).

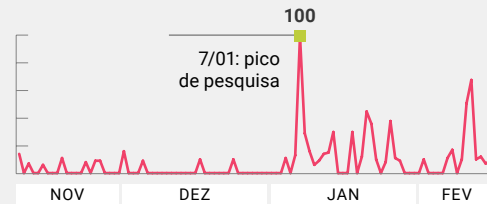
Interesse por distrito

- 1 Açores
- 2 Braga
- 3 Bragança
- 4 Guarda
- 5 Lisboa



Gonçalo da Câmara Pereira

Tendências de Pesquisa no Google



Regista o maior pico de interesse na assinatura do acordo de coligação da Aliança Democrática (AD).

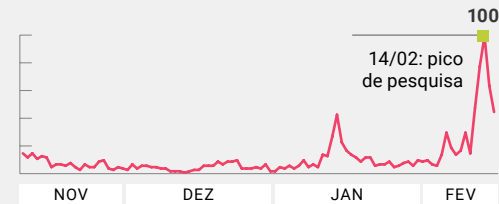
Interesse por distrito

- 1 Portalegre
- 2 Açores
- 3 Santarém
- 4 Lisboa
- 5 Viseu



André Ventura

Tendências de Pesquisa no Google



O pico de interesse ocorre na data do debate frente a frente com Pedro Nuno Santos.

Interesse por distrito

- 1 Vila Real
- 2 Évora
- 3 Leiria
- 4 Viseu
- 5 Açores



Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

X

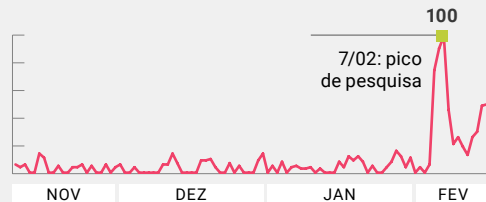
Interesse dos Portugueses



iniciativa liberal

Rui Rocha

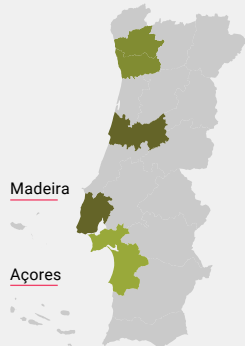
Tendências de Pesquisa no Google



Regista o maior pico de interesse no dia em que debateu com André Ventura.

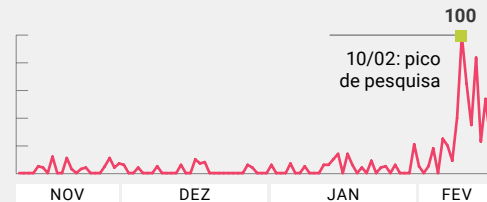
Interesse por distrito

- 1 Coimbra
- 2 Lisboa
- 3 Braga
- 4 Porto
- 5 Setúbal



Paulo Raimundo

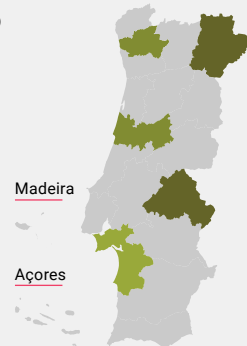
Tendências de Pesquisa no Google



O pico de interesse ocorre na data do debate frente a frente com André Ventura.

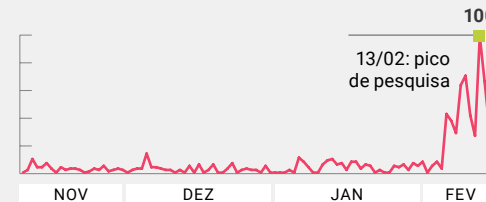
Interesse por distrito

- 1 Portalegre
- 2 Bragança
- 3 Coimbra
- 4 Braga
- 5 Setúbal



Mariana Mortágua

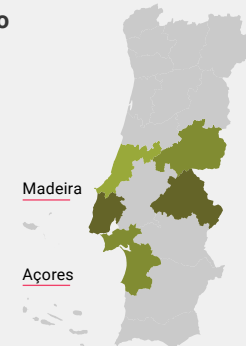
Tendências de Pesquisa no Google



Regista o maior pico de interesse no dia em que debateu com André Ventura.

Interesse por distrito

- 1 Portalegre
- 2 Lisboa
- 3 Castelo Branco
- 4 Setúbal
- 5 Leiria



Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

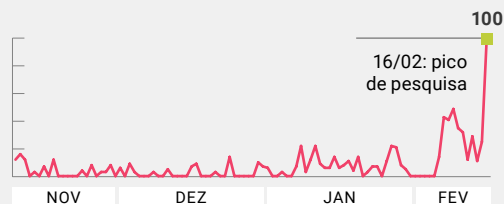
X

Interesse dos Portugueses



Rui
Tavares

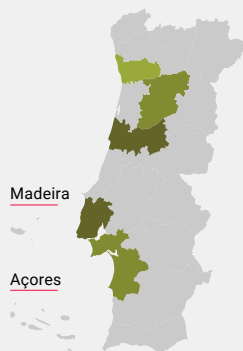
Tendências de Pesquisa no Google



O pico de interesse ocorre na data do debate frente a frente com André Ventura.

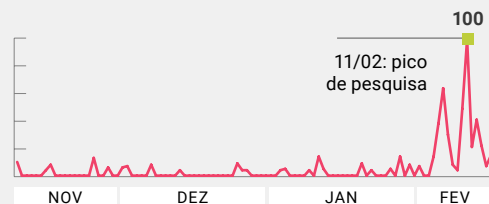
Interesse por distrito

- 1 Coimbra
- 2 Lisboa
- 3 Viseu
- 4 Setúbal
- 5 Porto



Inês
Sousa Real

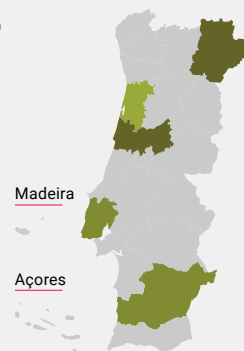
Tendências de Pesquisa no Google



Regista o maior pico de interesse no dia em que debateu com Luís Montenegro.

Interesse por distrito

- 1 Bragança
- 2 Coimbra
- 3 Lisboa
- 4 Beja
- 5 Aveiro



Existe uma forte relação entre a cobertura mediática dada aos eventos eleitorais e as pesquisas no Google.

Ao assistirem a um debate político, por exemplo, os cidadãos sentem a necessidade de esclarecer naquele instante as suas dúvidas. Assim, combinam o consumo televisivo e o uso do telemóvel conectado à internet.

NOTA: O PEV adota um modelo de liderança coletiva, sem a imagem do partido personificada em um político, não permitindo o mapeamento nesta categoria.

FONTE: Google Trends.

FOTOS: Facebook, Assembleia Municipal de Lisboa, PAN e Livre.

Índice

- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

Redes Sociais

As redes sociais digitais são o ambiente mais dinâmico das disputas políticas em diversos países. O núcleo de marketing das campanhas considera a produção de conteúdos para Facebook, Instagram e YouTube, por exemplo, como um elemento central da estratégia. É nessa esfera pública digital que uma parcela considerável do eleitorado entra em contacto, pela primeira vez, com os programas partidários. A experiência internacional tem revelado que essas plataformas podem tanto reafirmar tendências de voto como ser a causa de mudanças mais profundas no tecido social.

FACEBOOK

INSTAGRAM

YOUTUBE

TIKTOK

X






19 de fevereiro de 2024

Seguidores

Os partidos políticos portugueses reúnem atualmente 2,1 milhões de seguidores no Facebook, Instagram, YouTube, TikTok e X (ex-Twitter). Na generalidade, o Chega tem o maior número de seguidores, totalizando mais de 590 mil, mas não lidera em todas as plataformas. O seu primeiro lugar deve-se, em larga medida, à audiência construída no Instagram (uma rede social com público jovem) e no YouTube (com uma coletânea de vídeos polémicos de debates no Parlamento).

A liderança virtual do Chega vê-se ameaçada pelo Bloco de Esquerda no TikTok, onde a diferença entre eles é de apenas 1.700 seguidores. Já no X, o partido de André Ventura nem sequer figura entre os três primeiros colocados do ranking. A Iniciativa Liberal agrupa o maior número de seguidores nesse microblog (78.400), seguida pelo PSD (69.515) e pelo PS (62.524).

	Partido	Facebook	Instagram	YouTube	TikTok	X	Total	Partido com mais seguidores
	CH	189.573	156.956	155.000	32.900	55.808	590.237	▼
	IL	125.853	97.339	23.600	6.165	78.400	331.357	
	PSD	168.129	42.010	17.000	1.508	69.515	298.162	
	PAN	165056	37.886	184	660	13.288	217.074	
	PS	105.901	33.561	10.100	1.717	62.524	213.803	
	B.E.	14.418	59.009	15.800	31.200	15.581	136.008	
	PCP	42.092	24.738	13.600	3.016	28.545	111.991	
	L	33.293	28.667	3.380	3.438	37.196	105.974	
	CDS-PP	42.732	16.788	11.300	1.038	31.495	103.353	
	PEV	15.106	3.277	874	0	8.017	27.274	
	PPM	0	3.049	12	7	33	3.101	▼

Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok












X

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Total de Publicações

Os partidos fizeram ao menos 6.251 publicações nas redes sociais entre 9 de novembro de 2023 e 19 de fevereiro de 2024. O Facebook é a plataforma com a maior atividade produtiva, somando 2.570 publicações. Em seguida estão o X (1.763) e o Instagram (1.471). Especializadas em conteúdo audiovisual, o YouTube (225) e o TikTok (222) surgem praticamente iguais nos últimos lugares.

O PCP é o partido que mais fez publicações no período analisado (1.463), mantendo uma distância considerável do Chega (902), que surge em segundo lugar. No final da tabela, com menos de 200 publicações cada, estão respetivamente o CDS-PP e o PAN. O PPM é o partido que menos tira proveito do poder das redes, tendo realizado apenas seis publicações no período analisado.

	Partido	Facebook	Instagram	YouTube	TikTok	X	Total	Partido com mais publicações
	PCP	608	342	60	86	400	1.496	▼
	CH	449	273	38	8	134	902	
	PEV	260	231	4	0	120	615	
	PS	206	95	43	42	200	586	
	PSD	281	99	36	6	100	522	
	B.E.	298	71	21	25	162	577	
	L	191	118	13	29	500	851	
	IL	109	111	5	18	100	343	
	CDS-PP	91	58	5	5	0	159	
	PAN	77	67	0	3	47	194	
	PPM	0	6	0	0	0	6	▼

Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

X












9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Total de Interações

As publicações dos partidos só fazem sentido se forem consumidas pela audiência conectada, ou seja, os seguidores das suas páginas nas redes sociais. Essa taxa de consumo pode ser medida pelo número de interações com os conteúdos, como gostos, partilhas e comentários.

Os partidos registaram mais de 4 milhões de interações totais, com destaque para o Facebook e o Instagram. Apesar da sua relevância como plataforma global de debate político, o X aparenta ter menor importância na estratégia dos partidos nacionais.

O Chega é o partido que melhor mobiliza os seus seguidores, alcançando mais de 2,3 milhões de interações. Esse resultado é sustentado pelo bom desempenho no Facebook e no Instagram. O seu número total de interações é tão expressivo que supera a soma de todos os outros partidos.

	Partido	Facebook	Instagram	YouTube	TikTok	X	Total
	CH	1.335.553	1.037.006	-	4.618	-	2.377.177
	IL	35.979	349.065	-	23.063	-	408.107
	PCP	136.582	162.894	-	11.891	-	311.367
	B.E.	27.402	154.581	-	60.824	-	242.807
	PS	105.555	99.380	-	3.976	-	208.911
	PSD	78.601	111.167	-	361	-	190.129
	CDS-PP	16.494	79.126	-	318	-	95.938
	L	8.108	63.668	-	5.784	-	77.560
	PAN	9.866	58.757	-	1.248	-	69.871
	PEV	8.885	23.433	-	0	-	32.318
	PPM	0	11.938	-	0	-	11.938

Partido com mais interações



Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok












X

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Total das Visualizações

Os vídeos são uma ferramenta poderosa no campo político, por isso é um dos formatos mais produzidos ao longo das campanhas. No caso português, o maior número de visualizações acontece no TikTok, com mais de 2,5 milhões de views, seguida, respetivamente, pelo YouTube e Instagram.

O Chega tem o maior número de visualizações, totalizando mais de 1,6 milhões, mas não lidera em todas as plataformas. O ponto fraco de Chega é no TikTok: nesta rede social, o Bloco de Esquerda lidera com ampla vantagem, somando mais de 1,3 milhões de views. Esse resultado coloca o partido de Mariana Mortágua praticamente empatado com o Chega em números totais de visualização.

	Partido	Facebook	Instagram	YouTube	TikTok	X	Total	Partido com mais visualizações
	CH	-	61.665	1.494.515	75.240	-	1.631.420	▼
	B.E.	-	4.343	263.593	1.303.437	-	1.571.373	
	IL	-	2.874	37.206	598.742	-	638.822	
	PS	-	0	56.328	189.247	-	245.575	
	PCP	-	10.003	61.549	122.535	-	194.087	
	L	-	0	13.763	159.340	-	173.103	
	CDS-PP	-	11.946	72.976	15.019	-	99.941	
	PSD	-	8.230	75.539	9.967	-	93.736	
	PAN	-	3.916	1.116	28.064	-	33.096	
	PEV	-	6.372	5.019	0	-	11.391	
	PPM	-	9.737	19	89	-	9.845	▼

Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

X

PARTIDOS

GOOGLE

REDES SOCIAIS

Facebook

Nascida em 2004 como *Thefacebook*, a rede social de Mark Zuckerberg saltou rapidamente os muros da Universidade de Harvard para se tornar popular entre os estudantes americanos. Em 2006 passou a chamar-se simplesmente Facebook e iniciou uma trajetória de crescimento que a transformou na maior rede social do mundo, tendo atualmente cerca de 3 mil milhões de utilizadores ativos. O Facebook continua a ser a rede social com maior abrangência etária, sendo, por isso, uma excelente plataforma para os partidos políticos chegarem ao eleitorado.

INSTAGRAM

YOUTUBE

TIKTOK

X



Página dos Partidos

A apresentação dos partidos no Facebook é mais homogénea do que em outras redes sociais, mas isso não se trata de uma opção. Esse campo tem um limite de 155 caracteres, obrigando ao exercício de síntese. O PSD e o PEV apresentam textos mais curtos, enquanto o PS e o PAN usam praticamente o mesmo texto de outras plataformas. O PSD, CDS-PP, PCP e Livre recorrem à fórmula “página oficial do ...”.

O uso de *hashtags* não é tão eficaz como em outras plataformas, e apenas o PS as usa. O que pode ser vantajoso é incluir um link para o website oficial, mas nenhum partido explora esse potencial. Alguns resumem o que defendem (PAN e BE), enquanto outros denominam-se como alternativa (Chega e IL). O BE é o único que se apresenta como um “partido político socialista”.

FONTE: Facebook API via CrowdTangle.

PARTIDO	PÁGINA	APRESENTAÇÃO	LINK
PS	SedeNacional PartidoSocialista	Lado a Lado com os Portugueses desde 1973. #PortugalInteiro #PartidoSocialista	🔗
PSD	ppdpsd	Seja bem-vindo à página oficial do Partido Social Democrata no Facebook	🔗
CDS-PP	CDSPP	Bem-vindo à página oficial do CDS-PP. Presidente: Nuno Melo	🔗
PPM	PartidoPopular Monarquico	O Partido Popular Monárquico, foi criado a 23 de Maio de 1974, por proposta do Conselho Nacional da Convergência Monárquica.	🔗
CH	PartidoChegaOficial	O CHEGA é a voz do cidadão comum e a força da mudança que vai reerguer Portugal 🇵🇹	🔗
IL	iniciativoliberal	Partido Iniciativa Liberal. Mais Liberdade Política, Social e Económica. Juntos somos alternativa por um Portugal Mais Liberal.	🔗
PCP	pcp.pt	Página Oficial do PCP - Partido Comunista Português	🔗
PEV	PartidoEcologista OsVerdes	Página do Facebook do Partido Ecologista Os Verdes	🔗
B.E.	Blocodeesquerda oficial	O Bloco de Esquerda é um partido político socialista que coloca no centro da política a dignidade de todas as pessoas.	🔗
L	LIVREoficialpt	Página Oficial do LIVRE no Facebook	🔗
PAN	PANpartido	Lutamos pelos direitos humanos, pela proteção animal e pela emergência climática	🔗

Índice

- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

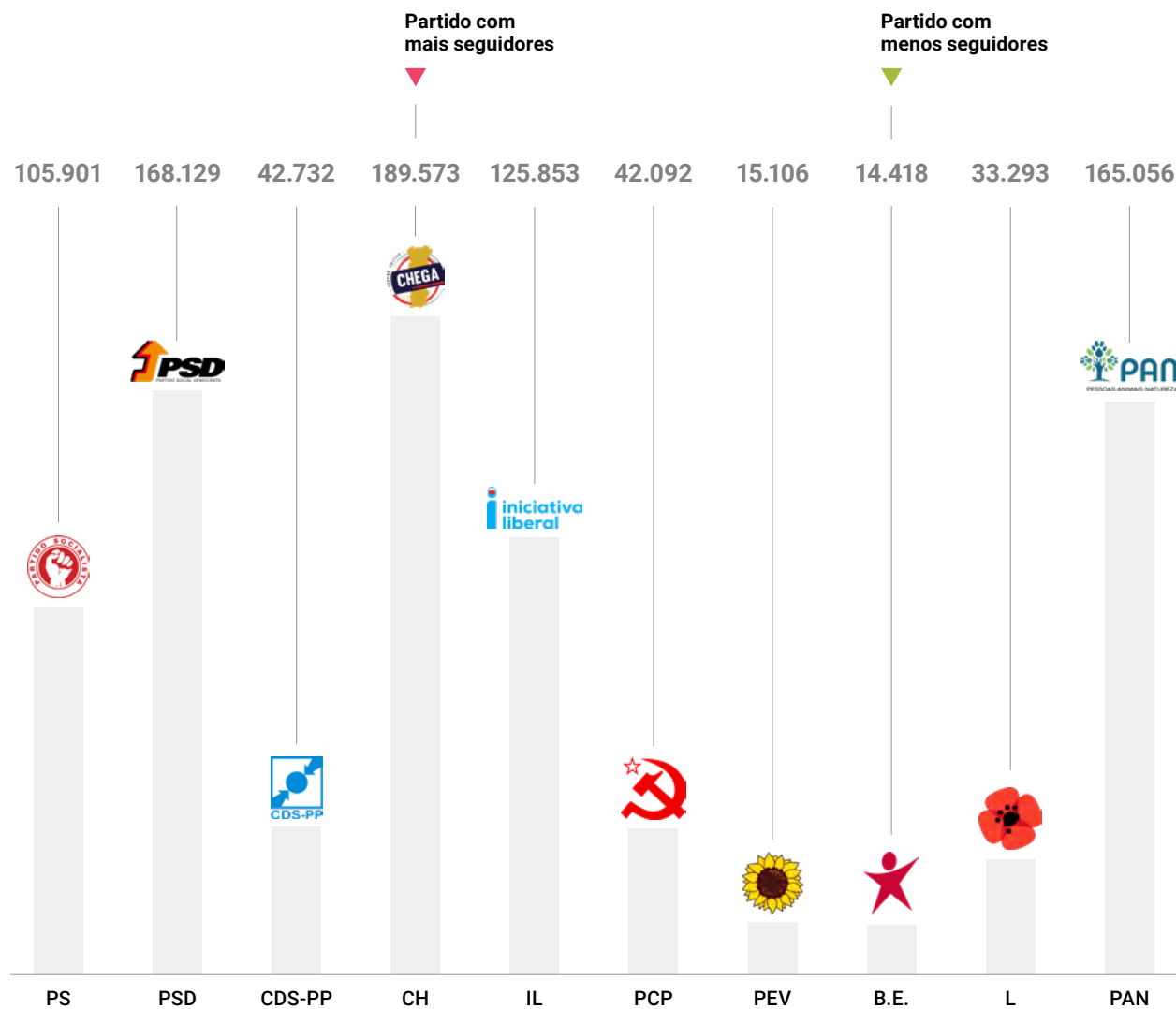
19 de fevereiro de 2024

Seguidores

O Chega é o partido com mais seguidores no Facebook, seguido pelo PSD e PAN. Já o BE tem o menor apoio virtual – algo surpreendente por se tratar de um grupo político muito ativo na esfera pública digital. Embora os partidos mobilizem mais de 900 mil seguidores totais, os dados não revelam um padrão especial relacionado com o número de assentos parlamentares.

Outra marca habitual é um destaque dos partidos de pequena dimensão, por terem comunidades muito ativas nas redes sociais. Isso acontece no caso do PAN e, parcialmente, no caso do Chega, mas não se pode dizer que neste último caso se esteja perante um pequeno partido.

NOTA: A fanpage do Partido Popular Monárquico (PPM) aparece com estatuto privado e não permite a extração massiva de dados oficiais via CrowdTangle.



9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Crescimento do Número de Seguidores

Os partidos registaram um crescimento de 18.594 seguidores entre 9 de novembro de 2023 (dissolução da Assembleia da República) e 19 de fevereiro de 2024 (fim dos debates televisivos). O Chega e o BE apresentam o maior aumento, mas em escalas diferentes.

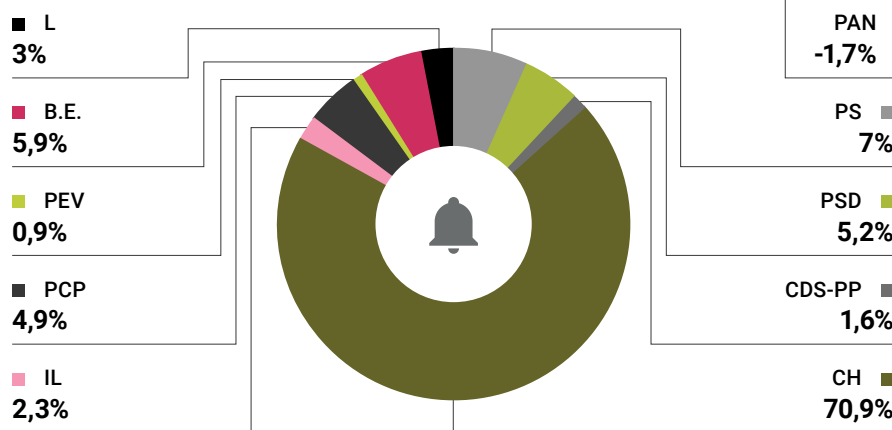
Apesar do aumento percentual do BE ser superior ao do Chega, o número de seguidores ganhos pelo partido de André Ventura é quase igual ao total de seguidores do partido de Mariana Mortágua. Nos restantes casos ocorreu o crescimento orgânico habitual, não havendo qualquer efeito causado pela antevisão de eleições.

FONTE: Facebook API via CrowdTangle.

Partido	Seguidores em 9 de novembro	Seguidores em 19 de fevereiro	Crescimento percentual
PS	104.594	105.901	1,25
PSD	167.167	168.129	0,58
CDS-PP	42.430	42.732	0,71
CH	176.394	189.573	7,47
IL	125.434	125.853	0,33
PCP	41.179	42.092	2,22
PEV	14.942	15.106	1,1
B.E.	13.313	14.418	8,3
L	32.735	33.293	1,7
PAN	165.371	165.056	-0,19

18.594
É o total de novos seguidores

NOTA: A fanpage do Partido Popular Monárquico (PPM) aparece com estatuto privado e não permite a extração massiva de dados oficiais via CrowdTangle.



Uma nota de curiosidade: o PAN perdeu seguidores.

Esta situação pode estar relacionada com a saída do ex-líder, André Silva, que publicou um artigo crítico em relação à atual liderança.

Índice

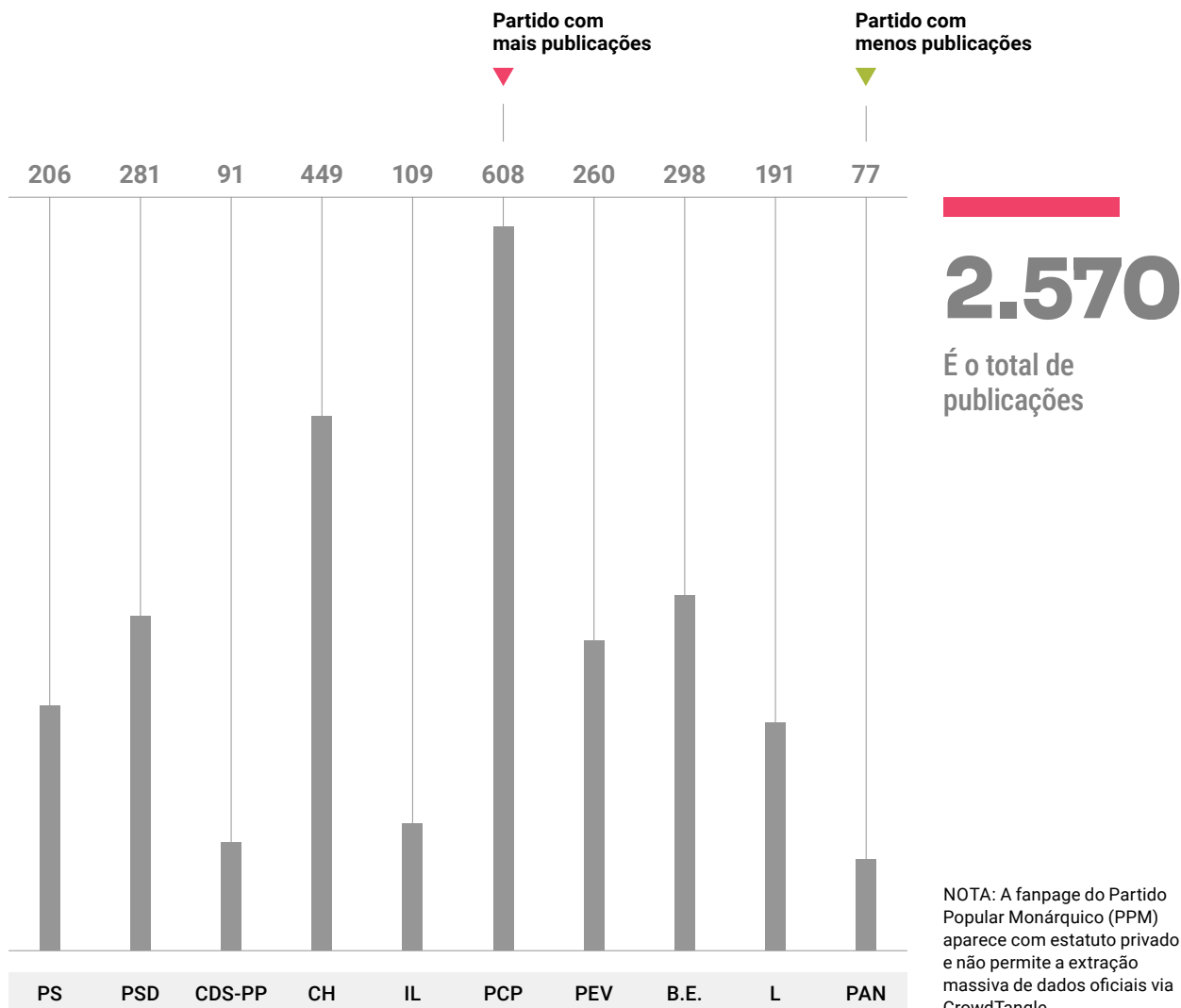
- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Total de Publicações

Os partidos políticos fizeram 2.570 publicações no período de análise. Curiosamente, o terceiro com mais seguidores (PAN) é também o que menos publica no Facebook. Em sentido inverso, o PCP é o partido com mais publicações, sendo o quarto com menos seguidores na plataforma.

Não parece existir uma relação entre o número de publicações e a dimensão do partido ou o volume de seguidores. Nesta segunda variável, o partido com melhor produtividade é o BE (1 post por 48 seguidores), seguido pelo PCP (1/69) e pelo Livre (1/174). No outro extremo estão o PAN (1/2143) e a IL (1/1154), com os restantes partidos a apresentarem uma taxa muito semelhante.



FONTE: Facebook API via CrowdTangle.

NOTA: A fanpage do Partido Popular Monárquico (PPM) aparece com estatuto privado e não permite a extração massiva de dados oficiais via CrowdTangle.

- Índice
- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

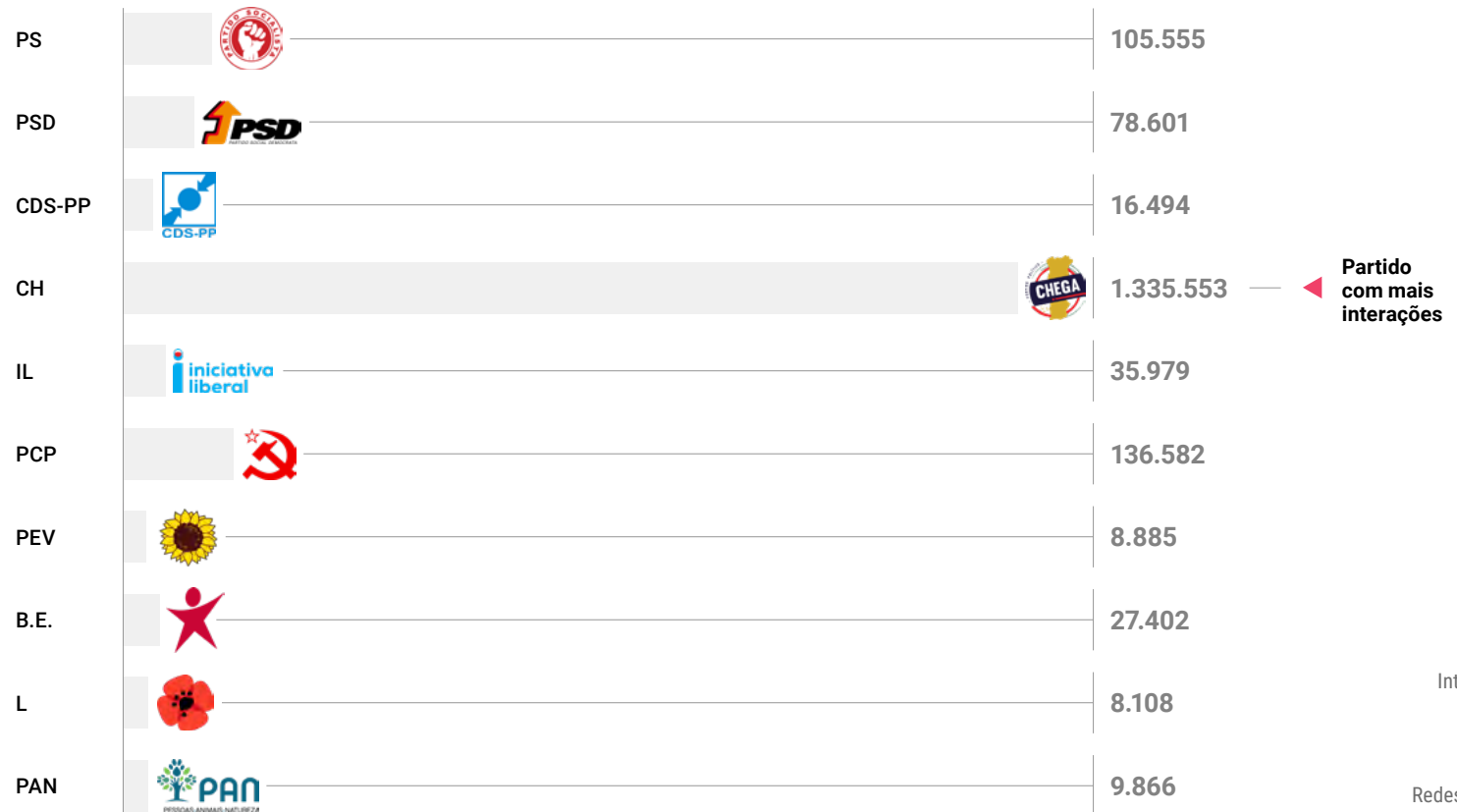
9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Total de Interações

Os partidos geraram mais de 1,7 milhões de interações no período analisado. Nesta categoria, o Chega tem uma posição destacadíssima, sendo responsável por 75,0% dos gostos, comentários e partilhas. Não tendo sido efetuada uma análise de sentimentos, fica por saber se algumas dessas interações são de apoio ou de rejeição.

O PCP e o PS são os partidos seguintes em termos de interações, iniciando uma tendência de envolvimento. Excluindo o Chega, as interações são em maior número nos grupos de esquerda. Independentemente da polaridade das reações, o envolvimento acaba por reverter a favor do partido. Desde logo, porque lhe dá visibilidade e fortalece a sua ligação com potenciais eleitores.

FONTE: Facebook API via CrowdTangle.



1.763.025

É o total de interações no período analisado

NOTA: A fanpage do Partido Popular Monárquico (PPM) aparece com estatuto privado e não permite a extração massiva de dados oficiais via CrowdTangle.

Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

X

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Publicações em Destaque

O vídeo é o formato em que, geralmente, os **partidos alcançam maiores taxas de interação.**

MAIS GOSTOS
🔗

CHEGA • Nov 10, 2023 at 6:34 PM

"Acha que tem condições para estar aqui?", perguntou André Ventura a João Galamba

142.3K POST VIEWS | 157.1K TOTAL VIEWS

11.7K | 884 | 1.4K

O líder do Chega, André Ventura, questiona o então ministro das Infraestruturas, João Galamba, no âmbito do Orçamento do Estado para o próximo ano frente à dissolução da Assembleia da República. O vídeo foi publicado a 10 de novembro de 2023.

10.034

gostos

MAIS COMENTADA
🔗

Partido Socialista • Nov 9, 2023 at 10:32 PM

Veja aqui a intervenção completa do Secretário-Geral do Partido Socialista, António Costa, à chegada à Sede Nacional para reunião da Comissão Política.

118.2K POST VIEWS | 123.4K TOTAL VIEWS

3.7K | 2.2K | 515

O ainda primeiro-ministro, António Costa, responde a perguntas da comunicação social sobre a decisão do Presidente da República de convocar eleições, na chegada à sede nacional do Partido Socialista. O vídeo foi publicado a 9 de novembro de 2023.

2.220

comentários

MAIS PARTILHADA
🔗

CHEGA • Dec 29, 2023 at 9:26 PM

O Presidente esclarece!
"Há políticos inúteis em Portugal". O nosso Presidente André Ventura esclarece!

29.0K POST VIEWS | 64.8K TOTAL VIEWS

5.6K | 596 | 2.9K

O líder do Chega, André Ventura, critica o número de políticos existentes em Portugal. Com uma árvore de Natal ao fundo, afirma: "a grande maioria dos políticos é inútil para as pessoas". O vídeo foi publicado a 29 de dezembro de 2023.

2.881

partilhas

- Índice
- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Eleições nos Media

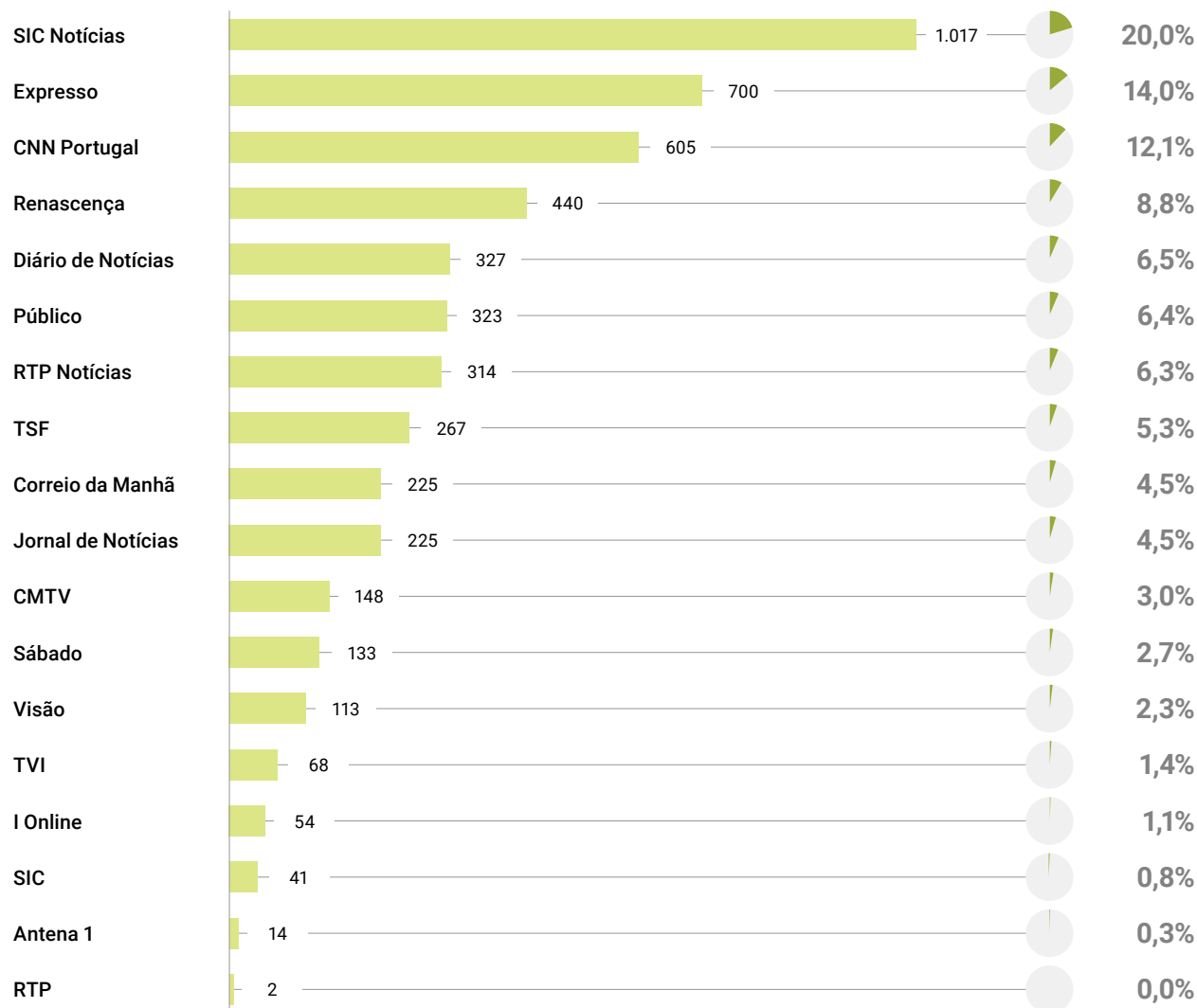
Desde o anúncio da dissolução da Assembleia da República, no dia 9 de novembro de 2023, a comunicação social tem dedicado um espaço considerável à cobertura jornalística do processo eleitoral. A partir das publicações nas suas páginas oficiais no Facebook, é possível mensurar quais são os meios de comunicação social que dão mais espaço aos líderes partidários e, consequentemente, às Legislativas 2024.

Os órgãos de comunicação social fizeram 5.016 publicações associadas às eleições. A SIC Notícias é o veículo que mais espaço deu aos líderes, com 20,0% das publicações, seguida pelo semanário Expresso (14,0%) e pela CNN Portugal (12,1%). Todos os outros órgãos têm menos de 10,0% cada. Em termos globais, os media do grupo Impresa dão maior destaque aos líderes (34,8%), enquanto os veículos públicos somam apenas 6,6% da atenção.

FONTES: Facebook API via CrowdTangle, Voyant Tools.

5.016

É o total de publicações



Continua na próxima página

Índice

Introdução
Partidos
Google
Redes Sociais
Facebook
Instagram
YouTube
TikTok
X

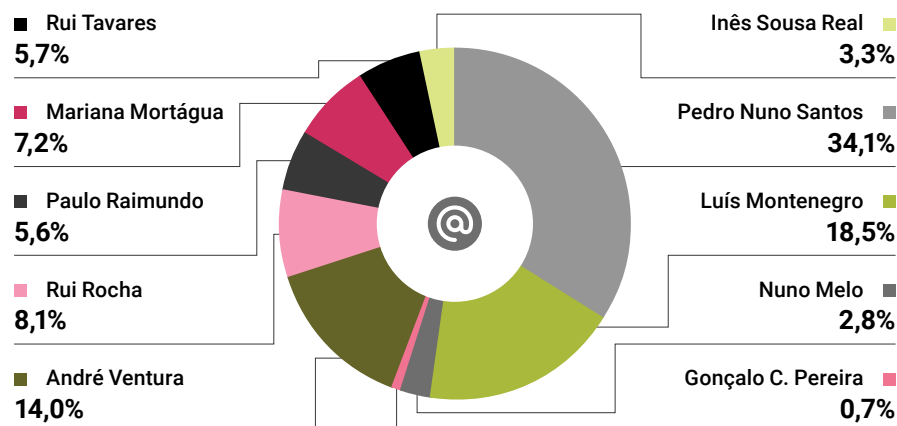
9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Espaço Mediático dos Líderes

Os órgãos de comunicação social fizeram 4.139 menções diretas aos nomes dos líderes partidários no Facebook. Pedro Nuno Santos surge em primeiro lugar, com 34,1%, seguido a grande distância por Luís Montenegro, com 18,5%. Assim, os líderes dos partidos tradicionais receberam o maior número de menções individuais e, consequentemente, ocupam o maior espaço mediático.

Com exceção de André Ventura, que recebeu 14,0% das menções diretas, todos os outros líderes partidários reúnem menos de 10% cada. Porém, na divisão pelas forças políticas, os líderes de esquerda acumulam cerca de 56,0% de todas as menções dos órgãos de comunicação social na plataforma.

FONTES: Facebook API via CrowdTangle, Voyant Tools.



4.139

É o total de menções nos media

NOTA: O PEV adota um modelo de liderança coletiva, sem a imagem do partido personificada num político, não permitindo o mapeamento desta categoria no Facebook.

Partido	Líderes	Número de menções
PS	Pedro Nuno Santos	1.414
PSD	Luís Montenegro	764
CDS-PP	Nuno Melo	117
PPM	Gonçalo da Câmara Pereira	30
CH	André Ventura	579
IL	Rui Rocha	335
PCP	Paulo Raimundo	230
PEV	Liderança Coletiva	0
B.E.	Mariana Mortágua	299
L	Rui Tavares	234
PAN	Inês Sousa Real	137

Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

X

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Dez palavras mais associadas ao nome dos líderes

Os termos mais associados pela comunicação social aos líderes remetem para **os debates televisivos, os nomes dos aliados de coligação e os adversários nas eleições.**

A palavra mais usada por nove dos dez líderes é o nome do seu próprio partido, o que é natural. Isso não ocorre no caso do CDS (usam mais Luís Montenegro). No caso de Mariana Mortágua, a palavra “Esquerda” está no nome do partido. André Ventura é quem mais refere outros partidos.

Pedro Nuno Santos (PS)	
TERMO	CONTAGEM
PS	839
Luís Montenegro	414
António Costa	259
Líder	232
Partido	230
José	230
Socialista	227
Secretário	218
Frente	210
Carneiro	206

Luís Montenegro (PSD)	
TERMO	CONTAGEM
PSD	349
Pedro Nuno Santos	222
Líder	199
Debate	180
PS	179
Frente	164
AD	141
Chega	126
Eleições	117
Presidente	116

Nuno Melo (CDS-PP)	
TERMO	CONTAGEM
Luís Montenegro	57
CDS	47
Líder	39
PSD	37
AD	30
Debates	29
Aliança	27
Democrática	21
Coligação	20
Livre	18

Gonçalo C. Pereira (PPM)	
TERMO	CONTAGEM
PPM	14
Nuno Melo	14
Luís Montenegro	14
Líder	13
PSD	9
AD	8
Democrática	7
Coligação	7
CDS	7
Aliança	7

André Ventura (CH)	
TERMO	CONTAGEM
Chega	438
Líder	155
Partido	148
Debate	135
PSD	132
Frente	126
Rui Tavares	99
Luís Montenegro	99
PS	98
Pedro Nuno Santos	97

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Dez palavras mais associadas ao nome dos líderes

Fenómenos pontuais também são identificados na relação direta entre os termos mais frequentes e o nome dos líderes partidários.

Rui Rocha surge associado à SIC, com 62 ligações, enquanto Mariana Mortágua é 54 vezes associada às questões da habitação.

Rui Rocha (IL)	
TERMO	CONTAGEM
IL	123
Liberal	118
Frente	117
Debate	112
Iniciativa	99
Legislativas	77
Pedro Nuno Santos	73
Debates	70
Líder	63
SIC	62

Paulo Raimundo (PCP)	
TERMO	CONTAGEM
PCP	88
Frente	78
Debate	70
CDU	68
Debates	64
PS	62
Rui Tavares	59
Secretário	54
Partido	46
Legislativas	46

Mariana Mortágua (B.E.)	
TERMO	CONTAGEM
Esquerda	121
Frente	109
Bloco	108
Debate	94
B.E.	76
Debates	65
Luís Montenegro	59
Rui Tavares	56
Coordenadora	55
Habitação	54

Rui Tavares (L)	
TERMO	CONTAGEM
Livre	165
Debate	102
Frente	94
Debates	72
Legislativas	50
Líder	46
Partido	42
PS	40
Esquerda	40
Portugal	39

Inês Sousa Real (PAN)	
TERMO	CONTAGEM
PAN	124
Frente	81
Debate	54
Debates	41
Rui Tavares	37
Líder	37
Partido	33
Legislativas	29
André Ventura	25
Chega	25

NOTA: O PEV adota um modelo de liderança coletiva, sem a imagem do partido personificada num político, não permitindo o mapeamento desta categoria no Facebook.

PARTIDOS

GOOGLE

REDES SOCIAIS

FACEBOOK

Instagram

Lançado em outubro de 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger, o Instagram sucedeu ao *Burbn*, nascido meses antes como uma aplicação para partilhar fotos geolocalizadas. O sucesso foi imediato e, por isso, dois anos depois, foi comprado pela Meta. De então para cá, foram sendo acrescentadas funções de sucesso, como os *stories*. A rede social conta com mais de mil milhões de utilizadores ativos e é o espaço preferido dos *influencers*. Também conseguiu impor novas formas de fazer campanhas políticas, sobretudo junto do eleitorado mais jovem.

YOUTUBE

TIKTOK

X



Página dos Partidos

No Instagram, alguns partidos repetem os textos usados em outras plataformas ou usam formulações muito semelhantes. PS e BE têm os mesmos textos, enquanto IL e PAN fazem pequenas adaptações. Os restantes usam uma descrição sintética (PCP), dados do próprio partido (PPM) ou destacam uma só ideia (Livre).

Em dois casos há a identificação do presidente com @: PSD e Chega. Essas menções criam percursos de leitura que permitem conduzir os potenciais eleitores. Assim, são uma boa forma de ganhar visibilidade ao estabelecer uma ligação entre as contas do partido e do líder. A IL também usa a menção, mas neste caso remete para o programa do partido. Já o PS e o PAN optam pelas *hashtags*.

FONTE: Instagram API via CrowdTangle.

PARTIDO	PÁGINA	APRESENTAÇÃO	LINK
PS	partido_socialista	Lado a Lado com os Portugueses desde 1973. PortugalInteiro #PartidoSocialista	🔗
PSD	partidosocialdemocrata	psd@psd.pt Presidente: @luismontenegropsd	🔗
CDS-PP	cds_pp	Familia, Propriedade, Trabalho e Liberdade Presidente: @nunomelo.cds	🔗
PPM	ppm_partido_popular_monarquico	Travessa da Pimenteira, nº 2, r/c esq., 1300-460 Lisboa 218080878 www.ppmmonarquico.pt	🔗
CH	partidochega	Instagram Oficial do Partido Chega! @andre_ventura_oficial Informações/Dúvidas	🔗
IL	liberalpt	MENOS ESTADO, MAIS LIBERDADE Mais Liberdade económica, política e social. Telegram, Twitter: @liberalpt	🔗
PCP	pcp.pt	PCP Organização política	🔗
PEV	partido_osverdes	O PEV nasceu em 1982 da vontade de promover uma intervenção ecologista mais ativa na sociedade portuguesa. Membro fundador do Partido Verde Europeu.	🔗
B.E.	blocodeesquerdaoficial	O Bloco de Esquerda é um partido político socialista que coloca no centro da política a dignidade de todas as pessoas.	🔗
L	partidolivre	O partido da esquerda verde europeia em Portugal	🔗
PAN	partido_pan	Avançamos, pelas causas. Um voto no PAN é um voto nas pessoas, nos animais e na natureza. #juntateaogrupo	🔗

Índice

- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

19 de fevereiro de 2024

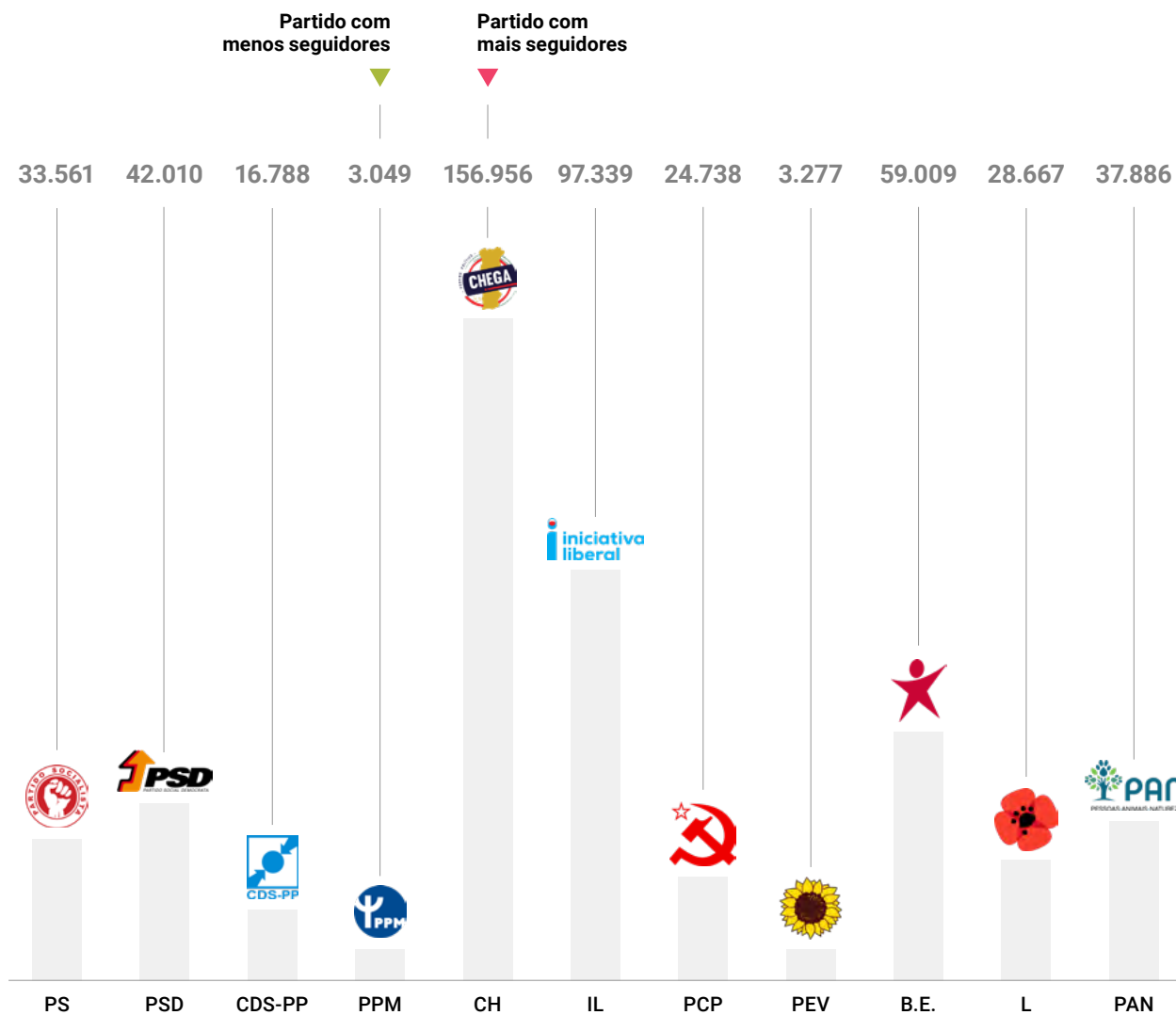
Seguidores

O Chega destaca-se mais uma vez com quase 157 mil seguidores no Instagram. Porém, a sua diferença para o segundo (IL) e o terceiro colocados (BE) não é tão pronunciada como no Facebook – embora ainda seja de 60 mil seguidores.

Nesta plataforma, pode existir uma proporcionalidade entre o número de seguidores dos partidos políticos e as tendências de voto jovem reveladas em alguns estudos. Os três partidos em primeiro lugar aparecem habitualmente entre os mais votados nesta faixa etária.

NOTA: O Partido Popular Monárquico (PPM) não indica no seu website uma página oficial de Instagram. Foi utilizada a página do partido, na rede social, com o maior número de seguidores e com as características de oficial, como o endereço do partido e o telefone da sede.

FONTE: Instagram API via CrowdTangle.



9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Crescimento do Número de Seguidores

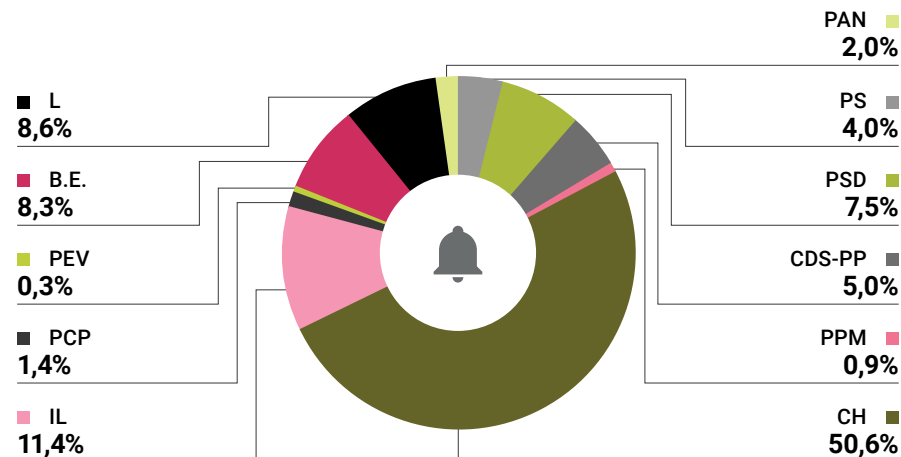
Os partidos registaram um crescimento de 87.959 seguidores entre 9 de novembro de 2023 (dissolução da Assembleia da República) e 19 de fevereiro de 2024 (fim dos debates televisivos). Embora em termos absolutos o Chega lidere com mais de 50,0% do total, os resultados proporcionais revelam outra realidade.

Quatro partidos destacam-se com aumento percentual maior do que 30% cada: Chega, PPM, Livre e CDS-PP. Esse crescimento ocorrido num curto espaço de tempo, cerca de quatro meses, sugere um reforço do interesse dos jovens na política. Dados como esse podem, inclusive, estimular os partidos para um uso mais intenso da plataforma.

Partido	Seguidores em 9 de novembro	Seguidores em 19 de fevereiro	Crescimento percentual
PS	30.025	33.561	11,8
PSD	35.424	42.010	18,6
CDS-PP	12.426	16.788	35,1
PPM	2.234	3.049	36,5
CH	112.358	156.956	39,7
IL	87.344	97.339	11,4
PCP	23.519	24.738	5,2
PEV	3.051	3.277	7,4
B.E.	51.692	59.009	14,2
L	21.110	28.667	35,8
PAN	36.138	37.886	4,8

87.959

É o total de novos seguidores



FONTE: Instagram API via CrowdTangle.

Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

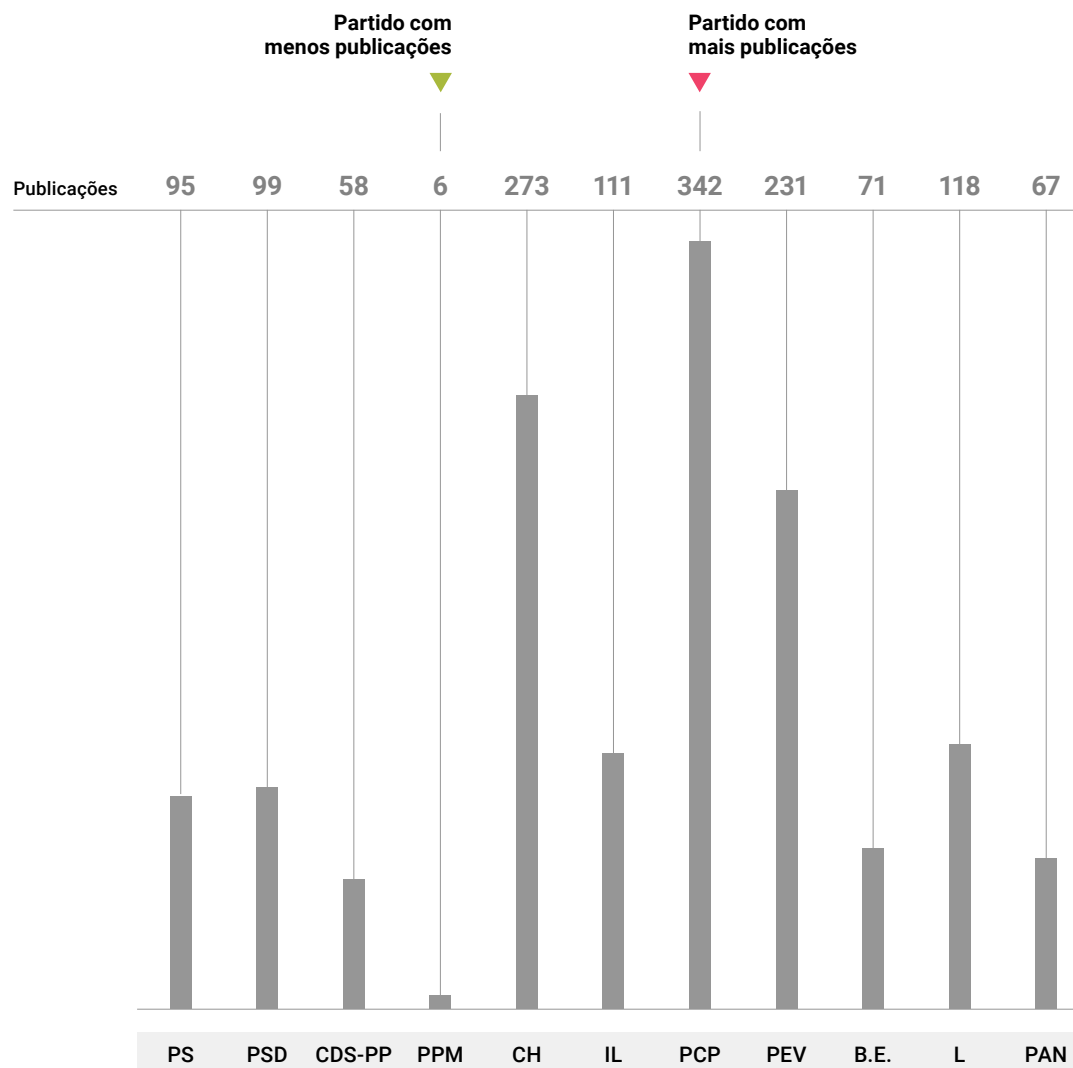
X

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Total de Publicações

Os partidos fizeram 1.471 publicações no período analisado. Mais uma vez, o PCP destaca-se como a força política mais ativa nas redes sociais, sendo responsável por praticamente um quarto de toda a atividade produtiva nessa plataforma. Em terceiro lugar surge o PEV, parceiro de coligação do PCP.

Desta forma, a CDU (PCP – PEV) apresenta praticamente com o dobro de publicações realizadas pelo Chega – segundo lugar individual nesta categoria. Nos últimos lugares do ranking estão, respetivamente, o PPM (6), CDS-PP (58) e PAN (67). Assim, estes resultados confirmam que os grupos de direita aproveitam menos o Instagram para divulgar o seu projeto político.



1.471

É o total de publicações

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Tipo de Publicações

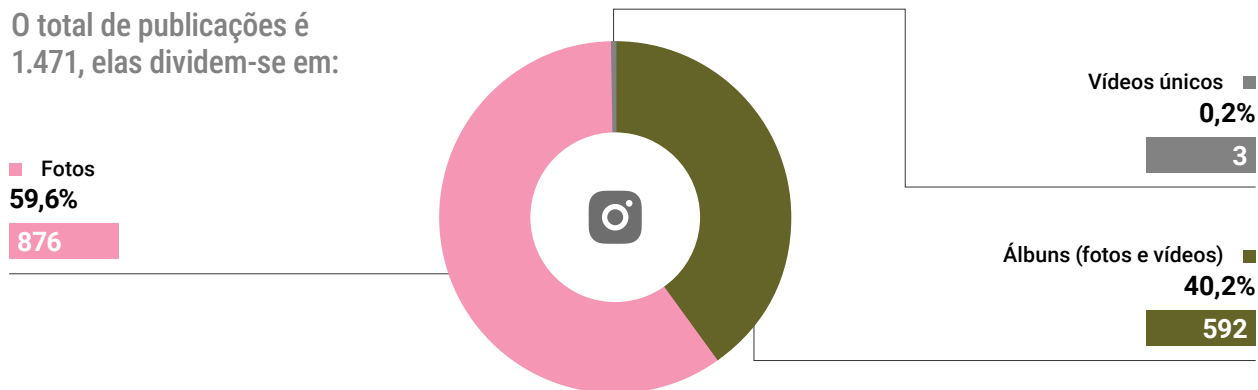
As fotos são o conteúdo mais comum por ser o que está na origem desta rede social, representando 59,6% das publicações.

O Chega é o partido com maior número de visualizações, somando mais de 60 mil no período analisado. Apesar do baixo número de seguidores, o PCP faz valer a sua dinâmica produtiva para surgir em terceiro lugar.

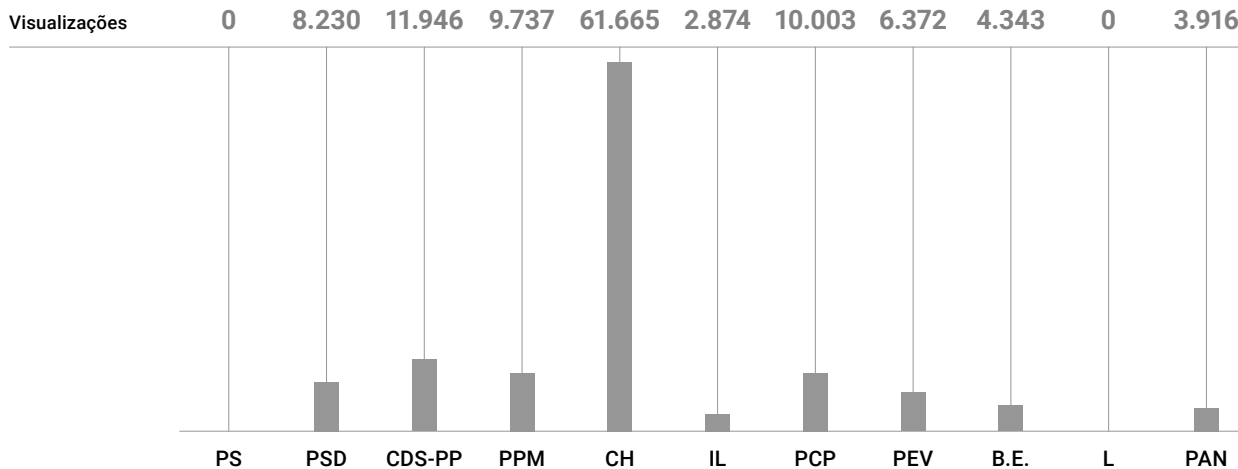
O PPM tem, aqui, uma prestação extraordinária. Os monárquicos, com menos seguidores e publicações, surgem em quarto lugar nas visualizações. Isto ocorre devido a um vídeo em que aparecem os três líderes da Aliança Democrática (AD) lado a lado: Luís Montenegro, Nuno Melo e Gonçalo da Câmara Pereira.

FONTE: Instagram API via CrowdTangle.

O total de publicações é 1.471, elas dividem-se em:



Partido com mais visualizações



Também deve ser mencionada a crescente importância dos reels – vídeos que o Instagram disponibilizou aos utilizadores como resposta ao sucesso do TikTok.

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Total de Interações

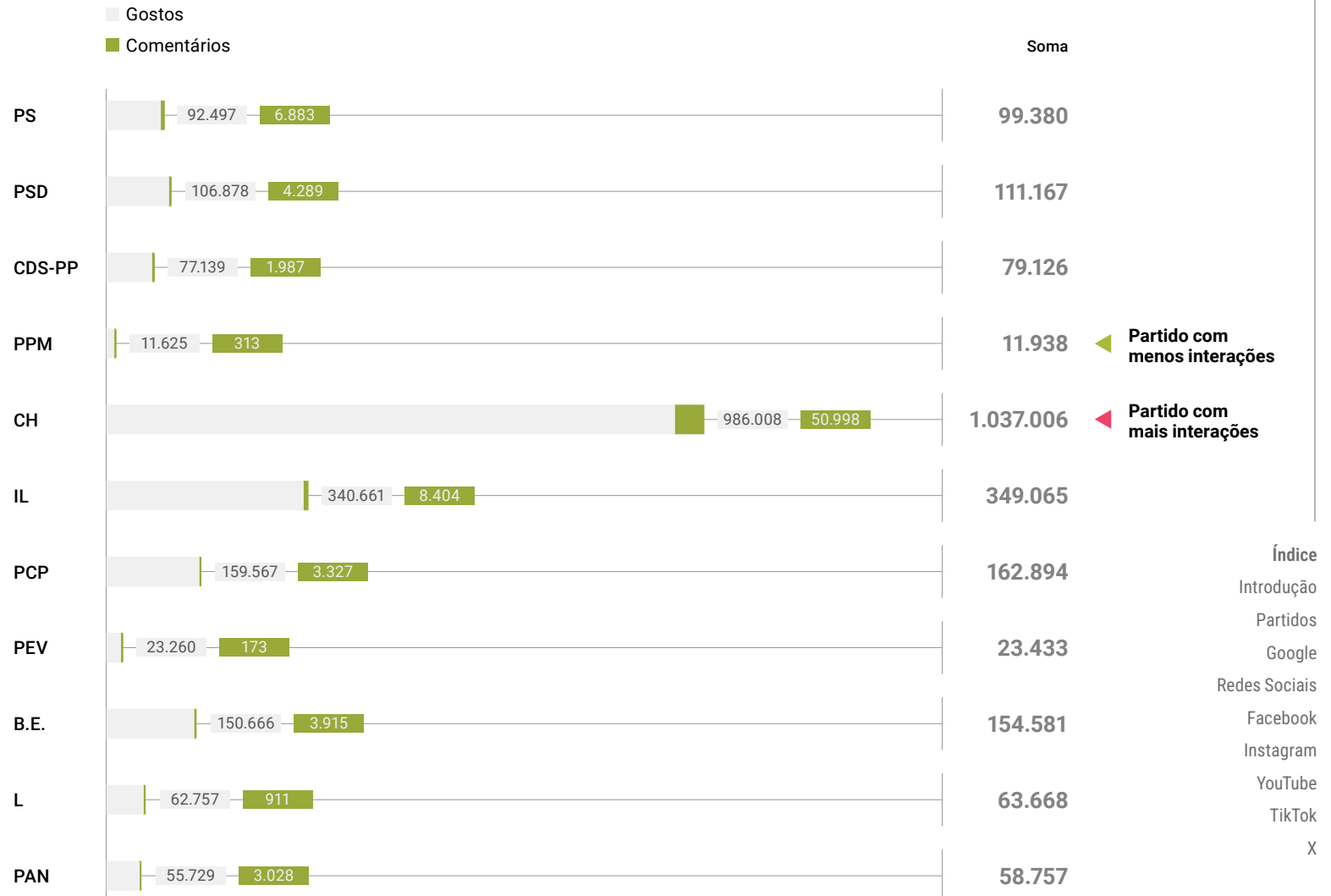
Os partidos geraram mais de 2,1 milhões de interações no período analisado. Nesta categoria, o Chega também assume uma posição de nítida liderança, sendo responsável por 48,2% de todos os gostos e comentários na rede social. Contudo, estes resultados estão longe da superioridade alcançada no Facebook. Nos últimos lugares do ranking surgem o PPM e o PEV, respetivamente.

Todos os partidos portugueses registaram mais gostos do que comentários no Instagram – uma tendência natural e que indica um nível mais baixo de envolvimento com os conteúdos. Afinal, é mais simples carregar num botão de apoio ou de rejeição do que expressar uma opinião com palavras.

FONTE: Instagram API via CrowdTangle.

2.151.015

É a soma de gostos e comentários



Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

X

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Publicações em Destaque

O Chega fez as três publicações com mais reações, revelando o alto nível de envolvimento dos seguidores.



MAIS GOSTOS



Ventura quer obrigar imigrantes a contribuir cinco anos antes de terem acesso a apoios sociais

Medida consta do "plano estratégico para as migrações em Portugal" apresentado este sábado pelo presidente do Chega.



partidocheга
Feb 17, 2024 at 11:18 PM


Uma medida da mais elementar justiça! #CHEGA

14.2K 791


Reprodução de uma notícia que destaca o plano estratégico do Chega para as migrações. A medida obrigaria imigrantes a contribuir cinco anos antes de terem acesso a apoios sociais. A imagem foi publicada a 17 de fevereiro de 2024.


14.229

gostos



MAIS COMENTADA





Parlamento aprova medidas sobre direito à autodeterminação de género nas escolas

partidocheга
Dec 15, 2023 at 4:45 PM

É oficial! Graças ao Partido Socialista, Bloco de Esquerda, Livre e PAN, as casas de banho mistas vão mesmo avançar em Portugal. Vamos ter... See more

7.0K 1.2K

Chega critica o direito à autodeterminação de género nas escolas. O projeto de lei foi aprovado pelo PS, BE, PAN e Livre, com a abstenção do PCP. A imagem foi publicada a 15 de dezembro de 2023.

1.153

comentários



MAIS VISUALIZADA





partidocheга
Nov 16, 2023 at 7:03 PM

Hoje foi mais um dia de luta e resistência! A Juventude CHEGA esteve esta manhã na FCSH, assim como tem estado em tantas outras... See more

43.0K 5.0K 403

Destaca a passagem da Juventude do Chega pela Universidade Nova de Lisboa. Na data, estudantes e ativistas do clima impediram a deputada Rita Matias de entrar na instituição. O álbum foi publicado a 16 de novembro de 2023.

43.001

visualizações

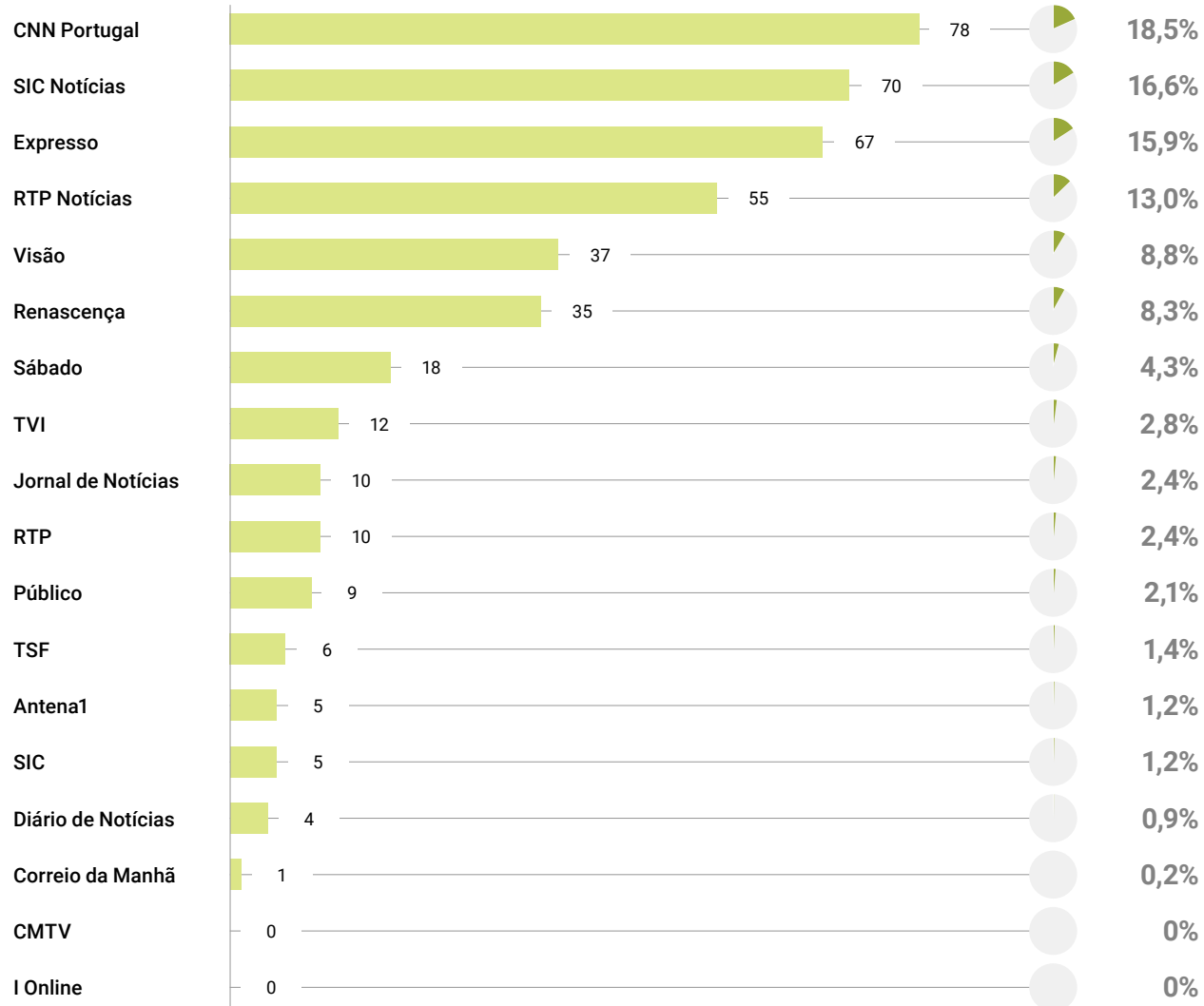
9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Eleições nos Media

Os órgãos de comunicação social fizeram 422 publicações associadas às eleições nesta rede social. Os media que deram mais espaço aos líderes são os mesmos de outras plataformas, ordenados de diferentes formas. A CNN Portugal surge em primeiro lugar, com 18,5% das publicações, seguida pela SIC Notícias (16,6%) e pelo Expresso (15,9%).

Em termos globais, os media do grupo Impresa também dão maior destaque aos líderes no Instagram (33,7%). Os veículos públicos apresentam um melhor desempenho na plataforma (16,6%), com quase o triplo do percentual de publicações.

FONTES: Instagram API via CrowdTangle, Voyant Tools.



422

É o total de publicações

Continua na próxima página

Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

X

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

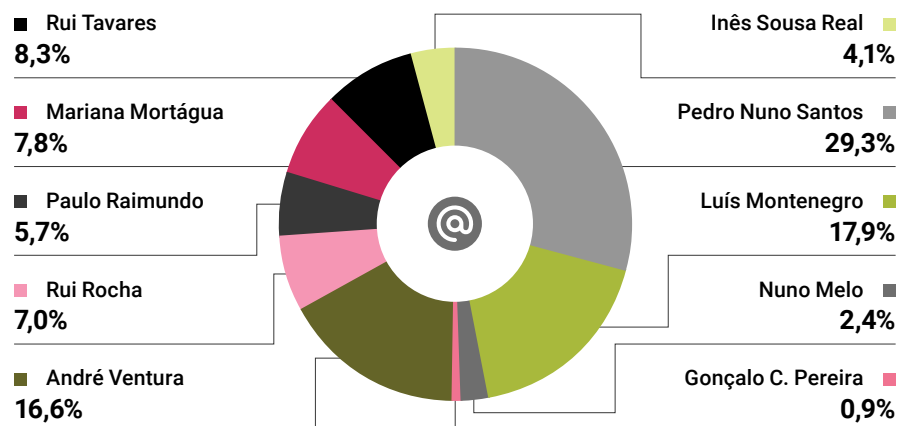
Espaço Mediático dos Líderes

A comunicação social fez 541 menções diretas aos nomes dos líderes partidários no Instagram. O resultado supera o total de publicações sobre as Legislativas na plataforma, uma vez que dois ou mais líderes são citados na mesma mensagem. Como no Facebook, Pedro Nuno Santos também aparece em primeiro lugar, com 29,3% das menções.

Luís Montenegro e André Ventura surgem praticamente empatados no número de citações na rede social, com ligeira vantagem para o social-democrata: 17,9% versus 16,6%.

Todos os outros líderes partidários reúnem menos de 8% cada, revelando uma maior concentração nas forças políticas com mais assentos parlamentares.

FONTES: Instagram API via CrowdTangle, Voyant Tools.



541

É o total de menções nos media

NOTA: O PEV adota um modelo de liderança coletiva, sem a imagem do partido personificada num político, não permitindo o mapeamento desta categoria no Instagram.

Partido	Líderes	Número de menções
PS	Pedro Nuno Santos	158
PSD	Luís Montenegro	97
CDS-PP	Nuno Melo	13
PPM	Gonçalo da Câmara Pereira	5
CH	André Ventura	90
IL	Rui Rocha	38
PCP	Paulo Raimundo	31
PEV	Liderança Coletiva	0
B.E.	Mariana Mortágua	42
L	Rui Tavares	45
PAN	Inês Sousa Real	22

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Dez palavras mais associadas ao nome dos líderes

Assim como no Facebook, os termos mais associados pela comunicação social aos líderes remetem para os debates televisivos, os nomes dos aliados de coligação e os adversários nas eleições.

Curiosamente, as palavras “Direita” e “Esquerda” apenas surgem associadas ao BE, e porque a palavra está no seu nome. O termo *Portugal* surge associada a seis dos dez líderes.

Pedro Nuno Santos (PS)	
TERMO	CONTAGEM
PS	244
Link	85
Bio	79
Eleições	68
Portugal	63
Debate	60
RTP	57
Luís Montenegro	56
António Costa	55
Ministro	52

Luís Montenegro (PSD)	
TERMO	CONTAGEM
PSD	99
Debate	61
Eleições	60
Líder	59
AD	59
PS	52
Link	52
Bio	50
Pedro Nuno Santos	46
Legislativas	42

Nuno Melo (CDS-PP)	
TERMO	CONTAGEM
Luís Montenegro	14
RTP	11
Líder	11
AD	11
Debates	9
Presidente	8
link	8
CDS	8
BIO	8
PSD	7

Gonçalo C. Pereira (PPM)	
TERMO	CONTAGEM
Líder	7
PPM	5
Semana	4
RTP	4
PSD	4
Presidente	4
Nuno Melo	4
Notícias	4
Luís Montenegro	4
Democrática	4

André Ventura (CH)	
TERMO	CONTAGEM
Chega	144
Link	58
Debate	55
Bio	55
Líder	40
Partido	39
Frente	39
Portugal	38
Eleições	37
PS	32

Índice

- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Dez palavras mais associadas ao nome dos líderes

A RTP está associada a Pedro Nuno Santos, Nuno Melo e Gonçalo da Câmara Pereira.

Por outro lado, o termo *link na Bio* surge relacionado com oito líderes partidários, indicando a existência de notícias sobre eles no website dos media. De fora dessa lista estão Paulo Raimundo e Gonçalo da Câmara Pereira.

Outra curiosidade interessante é que a palavra “líder” apenas aparece associada a partidos de direita.

FONTES: Instagram API via CrowdTangle, Voyant Tools.

Rui Rocha (IL)	
TERMO	CONTAGEM
Debate	35
IL	33
Debates	27
Frente	25
Portugal	23
Legislativas	21
Iniciativa Liberal	20
Eleições	19
Link	14
Bio	14

Rui Tavares (L)	
TERMO	CONTAGEM
Livre	68
Debate	44
Debates	32
Frente	29
Legislativas	24
Portugal	23
Eleições	22
Link	19
Bio	19
Politica	17

Paulo Raimundo (PCP)	
TERMO	CONTAGEM
Debate	34
CDU	34
Debates	29
PS	25
PCP	22
Legislativas	21
Frente	20
AD	17
Luís Montenegro	15
Nuno Melo	14

Inês Sousa Real (PAN)	
TERMO	CONTAGEM
PAN	37
Debate	18
Legislativas	16
Portugal	13
Frente	13
Debates	11
Rui Tavares	10
Politica	10
Link	10
Bio	10

Mariana Mortágua (B.E.)	
TERMO	CONTAGEM
Debate	43
Esquerda	38
B.E.	33
Frente	29
Bloco	28
Eleições	26
Portugal	24
Link	21
Bio	21
Legislativas	20

NOTA: O PEV adota um modelo de liderança coletiva, sem a imagem do partido personificada num político, não permitindo o mapeamento desta categoria no Instagram.

Índice

- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

PARTIDOS

GOOGLE

REDES SOCIAIS

FACEBOOK

INSTAGRAM

YouTube

O YouTube foi fundado, em 2005, por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim. A ideia era simples: desenvolver um site para a partilha de vídeos caseiros. Graças a esta plataforma, que atualmente é propriedade da Google, todos passaram a ter a possibilidade de distribuir os seus próprios vídeos, tornando-se um repositório para áreas tão diversas como a música, a educação, o jornalismo e, claro, a política. O YouTube é a maior plataforma de vídeos do mundo, recebendo 300 horas de novos conteúdos por minuto. Por isso, não se estranha que diariamente sejam vistas mil milhões de horas no YouTube, uma plataforma que democratizou a produção e o consumo de vídeos.

TIKTOK

X



Canal dos Partidos

As diferenças entre os partidos começam logo na descrição que colocam no seu perfil no YouTube. Enquanto uns optam por usar apenas palavras-chave ou por uma epígrafe (PS e IL), outros fazem longas descrições para explicar o que é o partido (PSD e PEV) ou o canal em causa (BE). Há ainda partidos que usam frases ou parágrafos curtos para identificar o espaço (PCP e LIVRE) ou para uma declaração (PAN).

Os partidos que usam textos claros e concisos são os que melhor utilizam este espaço de apresentação aos utilizadores, pois destacam um valor, um objetivo ou uma proposta mobilizadora. Esta é a forma ideal para explicar rápida e eficazmente que tipo de oferta tem o canal.

FONTE: YouTube Data Tools.

PARTIDO	CRIAÇÃO	CANAL	BIO	LINK
PS	05/2007	@partidosocialista Portugal	Lado a Lado com os Portugueses desde 1973. #PortugalInteiro #PartidoSocialista	🔗
PSD	08/2011	@PsdPtpsdtv	Seja bem-vindo ao canal oficial do PSD no Youtube. Aqui acompanha o dia-a-dia da nossa atividade - o que propomos e as nossas ideias. "Para nós, sociais-democratas, para qualquer político que encare a política como serviço do seu país, sem melhoria das condições concretas dos portugueses não há política que valha a pena, não há especulações que justifiquem, não há cenários que motivem ninguém. E um caminho desses seria a ruína da própria liberdade e da própria democracia." Francisco Sá Carneiro, 1979	🔗
CDS-PP	02/2018	@cds-pp	-	🔗
PPM	02/2023	@ppm-lisboa	Bem-vindo ao Canal do Grupo Municipal do PPM - Partido Popular Monárquico na Assembleia Municipal de Lisboa. Mandato 2021-2025	🔗
CH	01/2019	@CHEGATV	O CHEGA assume-se como um partido político de base e natureza essencialmente popular. Nasce da profunda incapacidade dos Partidos / Movimentos políticos existentes em lidar com as rápidas mudanças em curso por toda a Europa.	🔗
IL	09/2016	@liberalpt	Mais liberdade política, social e económica. #PortugalMaisLiberal	🔗
PCP	07/2007	@pcp_pt	Videos do Partido Comunista Português	🔗

Índice





- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

Canal dos Partidos

Apenas três partidos usam *hashtags* no seu perfil. O uso deste recurso recomenda-se porque ele permite a identificação do canal a quem pesquise por aquelas palavras-chave. O PS tem duas *hashtags* (o nome do partido e um dos *slogans* usados), a IL opta por uma frase muito usada nas suas campanhas e o Livre usa também o nome do partido.

Esta aplicação permite criar uma comunidade em torno do canal, mas o seu potencial não é totalmente explorado porque só funciona com quem faz pesquisas usando o próprio nome do partido. Usando como exemplo o texto do PAN, a otimização deste recurso seria usar a *hashtag* nas ideias que resumem o ideário do partido: *Lutamos pelos #direitos humanos, pela #proteção animal e corremos contra o tempo devido à #emergência climática.*

FONTE: YouTube Data Tools.

PEV	11/2008	@peverdes	Página do YouTube do Partido Ecologista Os Verdes O Partido Ecologista "Os Verdes" nasceu em 1982 (com a então denominação de Movimento Ecologista Português - Partido "Os Verdes"), da vontade de um grupo de cidadãos de promover uma intervenção ecologista mais activa na sociedade portuguesa. Empenhados em alertar a opinião pública para os desafios ecológicos que então se colocavam a nível planetário, para os problemas de ambiente que também já se começavam a fazer sentir em Portugal e cientes ainda da urgência de encontrar respostas adequadas para os mesmos, "Os Verdes" fixaram como objectivo transportar estas preocupações para o mais alto nível institucional, em paralelo com o desenvolvimento de acções locais, a fim de contribuir para o crescimento da consciência ecologista dos cidadãos. Mais informação sobre o PEV em www.osverdes.pt	
B.E.	11/2007	@EsquerdaNet	O Esquerda.net é um portal de informação alternativa, que aspira a concorrer com os portais dos órgãos de informação, mas apresentando uma óptica crítica, de esquerda, na selecção de notícias, na produção do seu noticiário, nas suas fontes de informação. Pretendemos ser um portal de informação que saiba distinguir notícia de opinião, sem cair na tentação de "orientar" todo o noticiário. Um portal vivo, que sai à rua, que dá informação em cima da hora, 24 horas por dia, sete dias por semana, mas que também produz dossiers que aprofundam temas e suscitam debates. Um portal que aposta também na qualidade da sua opinião, reflectindo as opiniões do Bloco de Esquerda mas aberta também a personalidades fora do Bloco, nacionais e internacionais. E um portal que aposta no multimédia, na fotografia, nos vídeos de reportagem e de intervenção, nas transmissões directas de eventos e manifestações, e em programas de rádio informativos e culturais.	
L	05/2014	@LIVREoficialpt	Canal oficial do LIVRE no YouTube O partido da esquerda verde libertária e europeísta em Portugal. #PartidoLIVRE	
PAN	04/2023	@Partido-PAN	Lutamos pelos direitos humanos, pela protecção animal e corremos contra o tempo devido à emergência climática.	

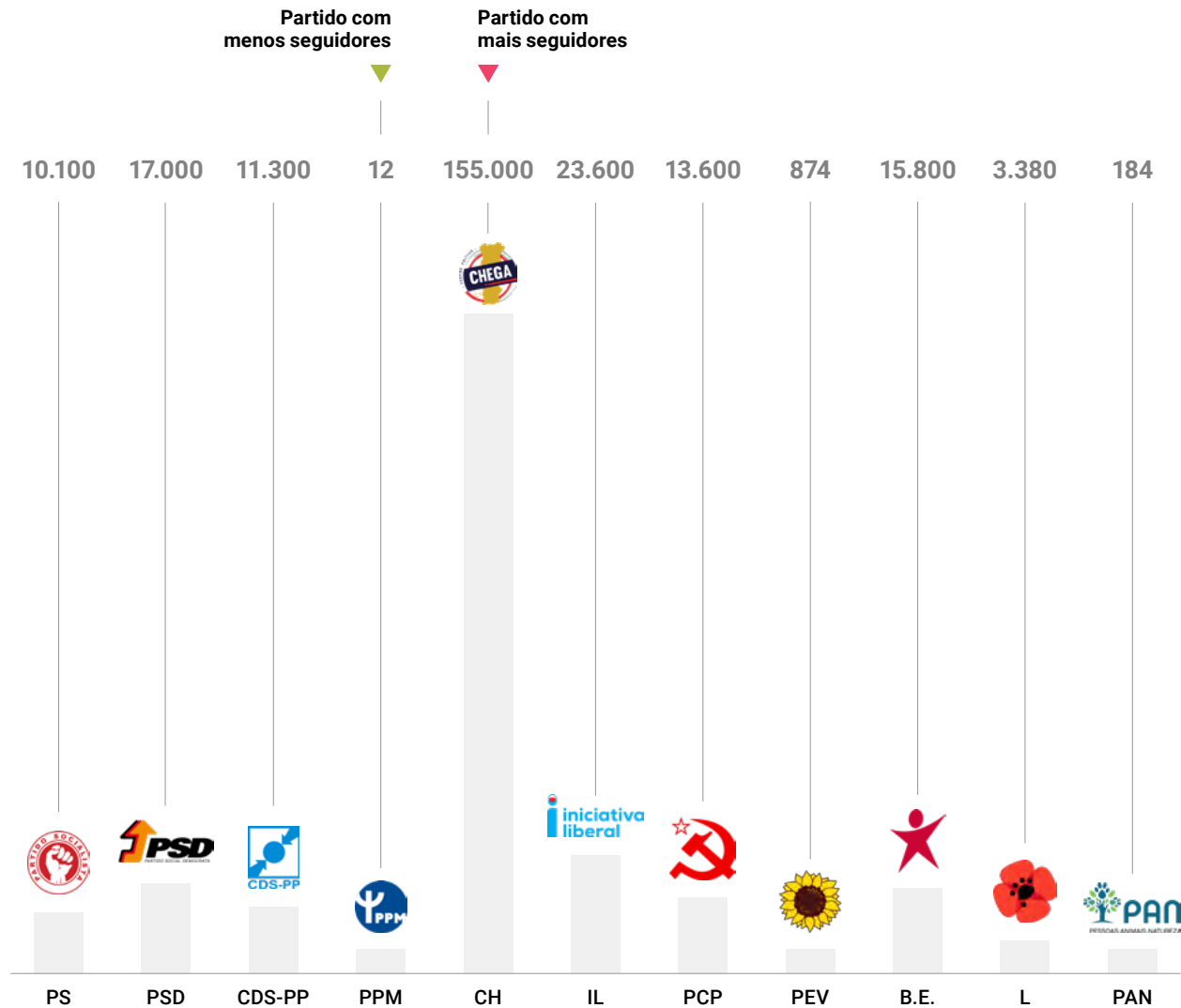
Índice
Introdução
Partidos
Google
Redes Sociais
Facebook
Instagram
YouTube
TikTok
X

19 de fevereiro de 2024

Subscritores

O Chega é a força política com mais subscritores no YouTube, totalizando 155 mil. O dado é tão significativo que supera, de longe, a soma de todos os outros partidos: 95.850 contas. Esse resultado deve-se à estratégia utilizada na plataforma, centrada na publicação de vídeos curtos com comentários polémicos de membros do partido.

A Iniciativa Liberal é o segundo partido com mais seguidores, cerca de 23,6 mil, muito distante do Chega. Partidos mais pequenos, sem assento parlamentar, apresentam desempenhos pouco significativos, como o PEV (874) e o PPM (12). Muito embora o PAN, com uma deputada, tenha apenas 184 subscrições.



FONTE: YouTube Data Tools.

29 de janeiro a 19 de fevereiro de 2024

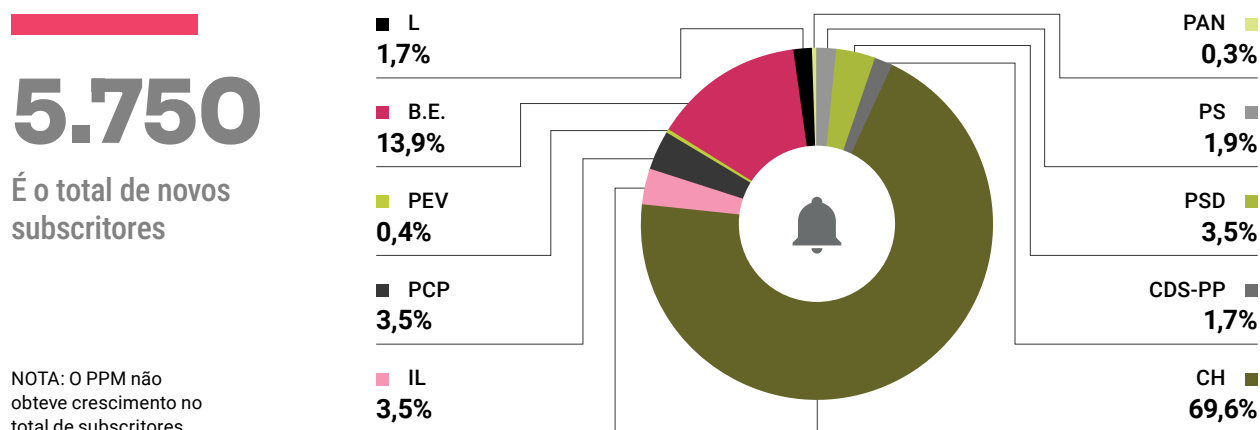
Crescimento do Número de Subscritores

O crescimento dos subscritores não é muito significativo, possivelmente resultado do curto período de análise. Os partidos passaram a ser seguidos por mais 5.750 perfis. Em termos percentuais, os valores mais altos ocorrem nos partidos com menos seguidores, mas essa leitura pode ser enganosa. Afinal, quanto menor a base, maior o impacto de um novo apoio. O PPM, por exemplo, cresceu 9,1% com apenas uma subscrição.

O Chega angariou o maior número absoluto de subscrições, e este não é um facto inédito na sua atividade no YouTube. O crescimento ocorreu de forma gradual, mas a partir de 2023 sofreu um aumento assinalável em diversas ocasiões. No total, o partido de André Ventura conseguiu mais de 60 mil seguidores nesse ano.

FONTE: YouTube Data Tools.

Partido	Subscritores em 29 de janeiro	Subscritores em 19 de fevereiro	Crescimento percentual
PS	9.990	10.100	1,1
PSD	16.800	17.000	1,2
CDS-PP	11.200	11.300	0,9
PPM	11	12	9,1
CH	151.000	155.000	2,6
IL	23.400	23.600	0,9
PCP	13.400	13.600	1,5
PEV	852	874	2,6
B.E.	15.000	15.800	5,3
L	3.280	3.380	3,0
PAN	167	184	10,2



Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

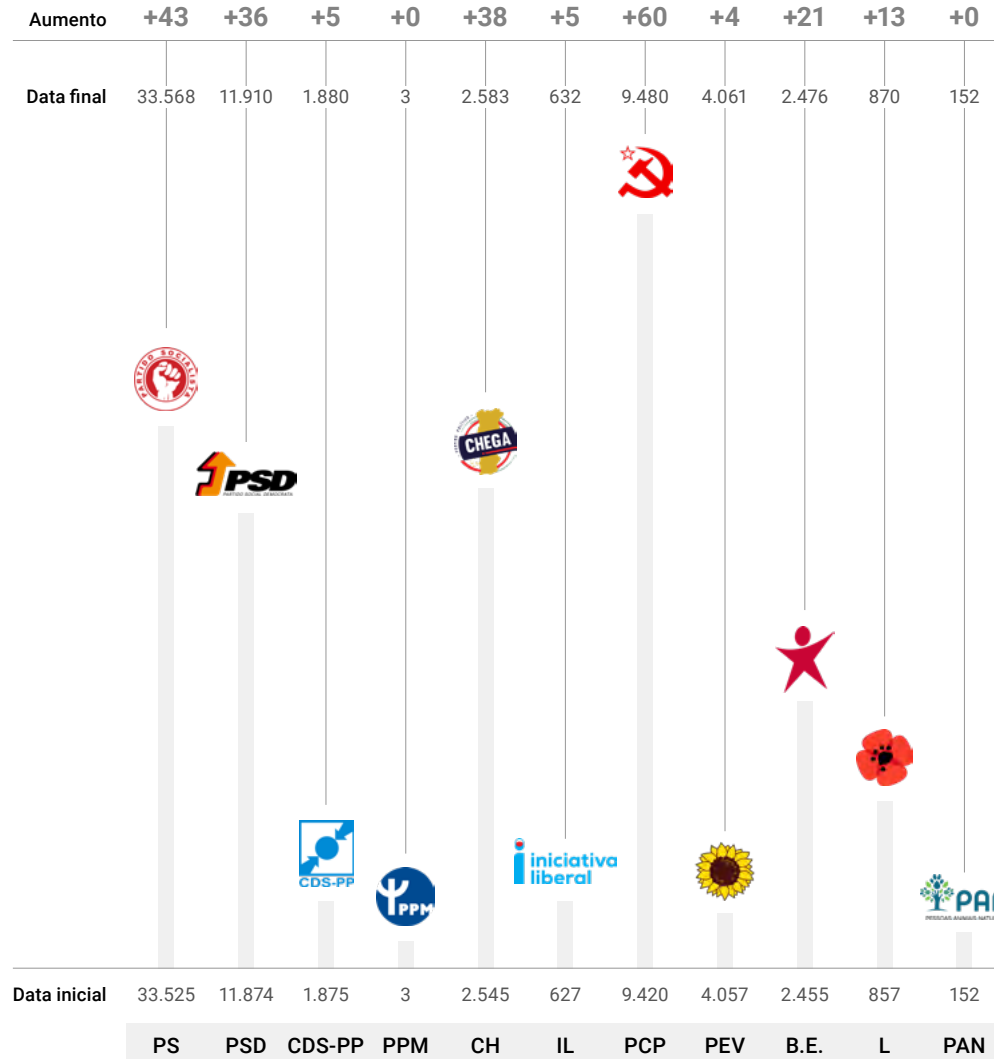
X

29 de janeiro a 19 de fevereiro de 2024

Crescimento do Número de Vídeos

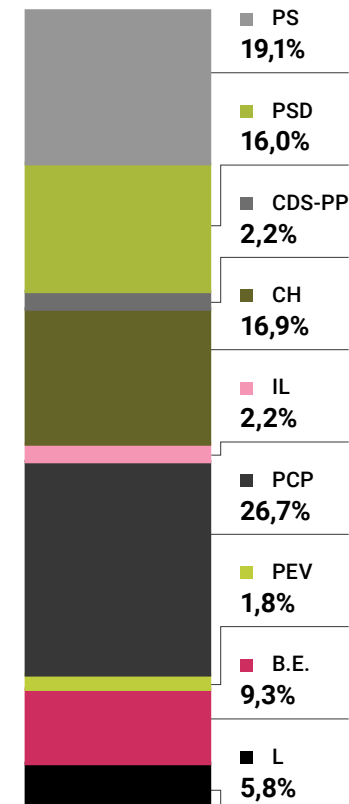
Os partidos publicaram 225 vídeos no período de análise. Apesar as novas forças políticas terem mais seguidores no YouTube, são os partidos tradicionais que mais publicam na plataforma. O destaque vai para o PCP, que veiculou 60 vídeos. O PS (43) e o PSD (36) também fazem parte do grupo mais produtivo, enquanto o Chega é a exceção. O PPM e o PAN são os únicos que não publicaram nesse período.

No total de vídeos desde a criação dos canais, esses também são os partidos que apresentam menor força produtiva, com números residuais quando comparados com as outras forças. Já o PS, PSD e CDS-PP ocupam as primeiras posições nessa categoria.



225

É o total de vídeos publicados no período analisado



FONTE: YouTube Data Tools.

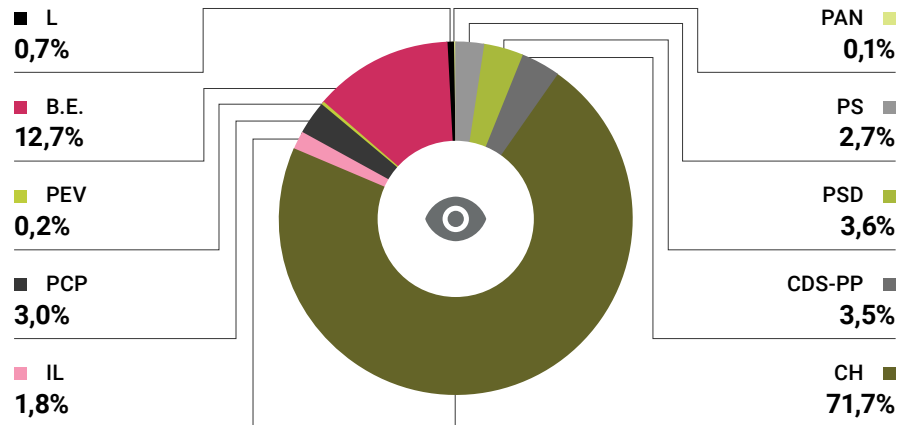
Índice
Introdução
Partidos
Google
Redes Sociais
Facebook
Instagram
YouTube
TikTok
X

29 de janeiro a 19 de fevereiro de 2024

Crescimento do Número de Visualizações

Os vídeos dos partidos tiveram mais de 2 milhões de visualizações no período analisado. Porém, o Chega absorve uma parte significativa desse fluxo informativo, com 71,7% do total. Do valor restante, o BE teve 12,7%, enquanto todos os outros partidos não alcançam individualmente quatro pontos.

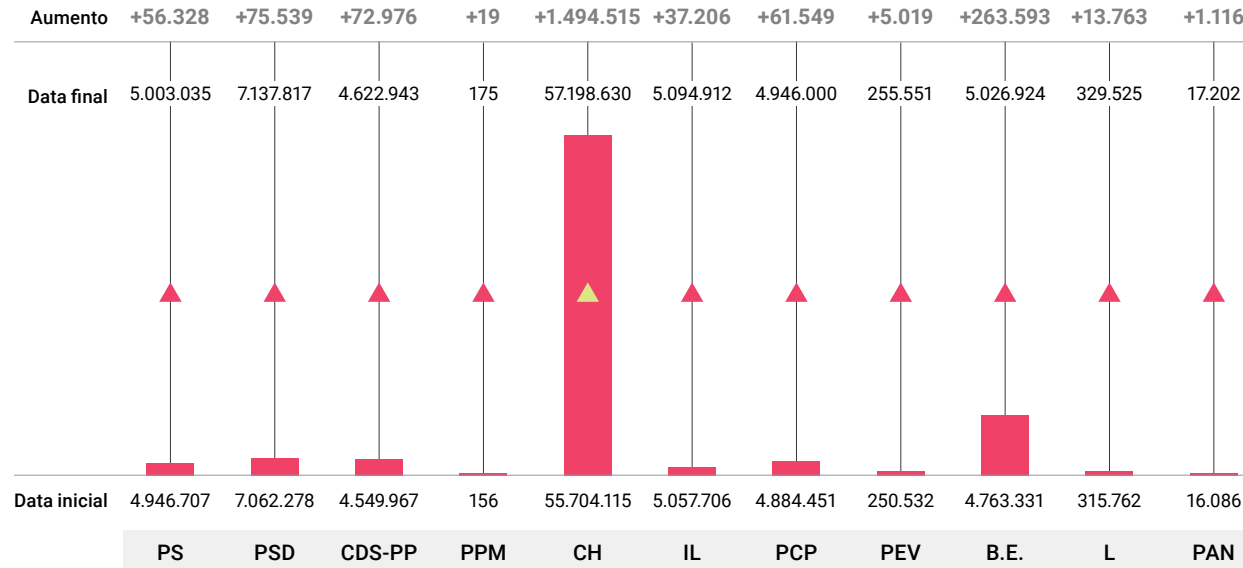
O Chega também é o partido com mais destaques desde a criação dos canais, com mais de 57 milhões de visualizações. Muito desse envolvimento deve-se a vídeos curtos e polémicos partilhados na rede social. Já o PSD, em segundo lugar, acumula pouco mais de 7 milhões de visualizações, enquanto o BE, PS e IL ficam pela casa das 5 milhões.



2.081.623

É o total de visualizações no período analisado

NOTA: O PPM não obteve crescimento no número de visualizações.



- Índice
- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

PARTIDOS

GOOGLE

REDES SOCIAIS

FACEBOOK

INSTAGRAM

YOUTUBE

TikTok

Nascida na China em 2016 com o nome *Douyin*, esta aplicação de vídeos curtos chegou ao mercado internacional com o nome *Musical.ly*, mas expandiu-se a todo o mundo, em 2018, com o seu nome atual. Propriedade da *ByteDance*, a plataforma rapidamente atraiu milhões de utilizadores, tendo crescido mais rapidamente do que o Facebook e o Instagram. Apesar de ter enfrentado vários problemas legais relacionados com segurança e privacidade, o TikTok, que começou por ser uma rede de sucesso entre as crianças e adolescentes, tem hoje mais de mil milhões de utilizadores de todas as faixas etárias. Por isso mesmo, os partidos têm aproveitado a plataforma para divulgar o seu projeto político.















Página dos Partidos

O espaço para a descrição da página no TikTok aceita apenas 80 caracteres, um número bastante limitador. Por isso mesmo, alguns partidos optam por apresentações tradicionais: “página oficial de...”. Esses são os casos do PS, PSD, CDS-PP e PCP, curiosamente, ou talvez não, os partidos mais antigos do país.

Apesar disso, o PS ainda lhe acrescenta uma frase já usada noutras redes sociais: “Lado a Lado com os Portugueses”. Os restantes partidos optam por versões mais curtas das descrições colocadas noutras plataformas, possivelmente devido às limitações de caracteres. Mais uma vez, apenas o PS e o PAN usam *hashtags*, um recurso interessante para atrair novos utilizadores.

FONTE: Buzzlytics.

PARTIDO	USER	BIO	LINK
PS	@partidosocialista	Conta oficial do PS. Lado a Lado com os Portugueses. #PortugalInteiro	
PSD	@partidosocialdemocrata	 Página oficial do PSD no TikTok	
CDS-PP	@cds_pp	Página Oficial do CDS-PP	
PPM	@partidopopularmonarquico	Conta Oficial do Partido Popular Monárquico	
CH	@chega_portugal	Somos, cada vez mais, a verdadeira alternativa ao socialismo!	
IL	@liberalpt	 INICIATIVA LIBERAL Mais Liberdade económica, política e social.	
PCP	@pcp.pt	Página oficial do Partido Comunista Português.	
PEV	Sem perfil	Sem perfil	
B.E.	@blocodeesquerdaoficial	O Bloco de Esquerda é um partido político socialista	
L	@livrenotiktok	o partido da esquerda verde europeia em Portugal.	
PAN	@partido.pan	Avançamos pelas causas. #juntateaogrupos	

Índice

- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

19 de fevereiro de 2024

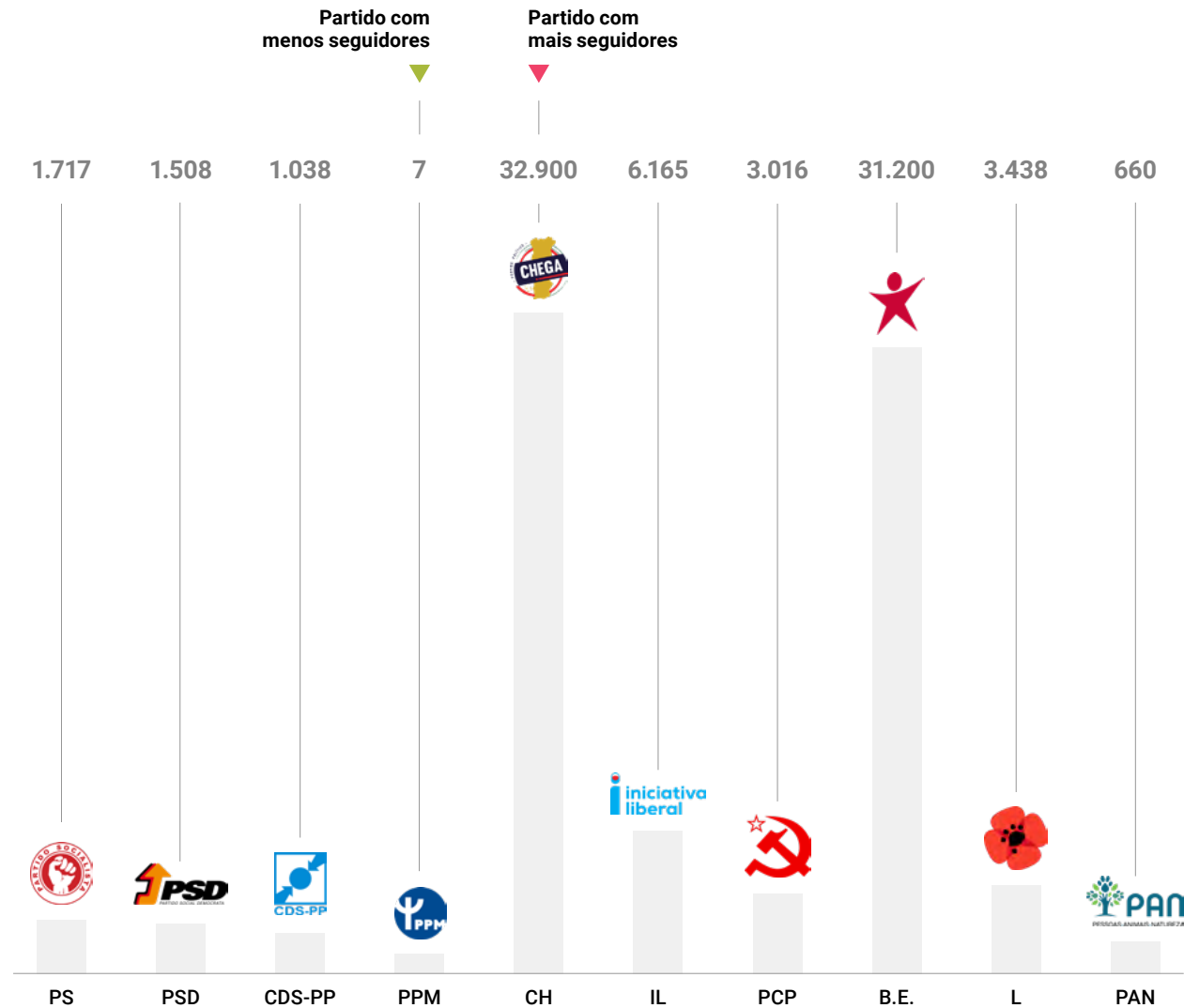
Seguidores

O TikTok é a plataforma em que os partidos portugueses têm menos seguidores. No total, somam pouco mais de 81 mil. Dois partidos monopolizam essa audiência conectada: Chega e BE. Embora sem o destaque de outras redes sociais, o Chega alcança 40,0% do total e o BE, 38,2%. No fundo, a diferença entre esses grupos políticos é de 1.700 seguidores.

É curioso observar que os três partidos com mais seguidores são também alguns dos mais recentes no espectro político português. O sucesso deve-se à publicação de vídeos curtos e apelativos, com frases fortes de abertura, ajustados ao tempo de atenção dos utilizadores. Como em outras redes, os partidos que mobilizam a menor audiência são CDS-PP (1.038), PAN (660) e PPM (7).

NOTA: O PEV não tem perfil na rede social.

FONTE: Buzzlytics.



Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

X

29 de janeiro a 19 de fevereiro de 2024

Crescimento do Número de Seguidores

Os partidos ganharam 9.116 seguidores no período analisado. O BE destaca-se nesta categoria, tendo atraído 64,5% dos novos perfis – um crescimento baseado na publicação de conteúdos dinâmicos para atrair os jovens eleitores. Em segundo lugar aparece o IL, com uma subida assinalável nesse período (17,2%) e muito à frente dos restantes grupos políticos.

Todos os outros partidos, juntos, conseguiram reunir apenas 1.689 novos seguidores no TikTok. O PAN registou o maior crescimento percentual (86,4%), contudo, em termos absolutos, são números pouco representativos (306). Em seguida aparecem, respetivamente, a IL e o PS.

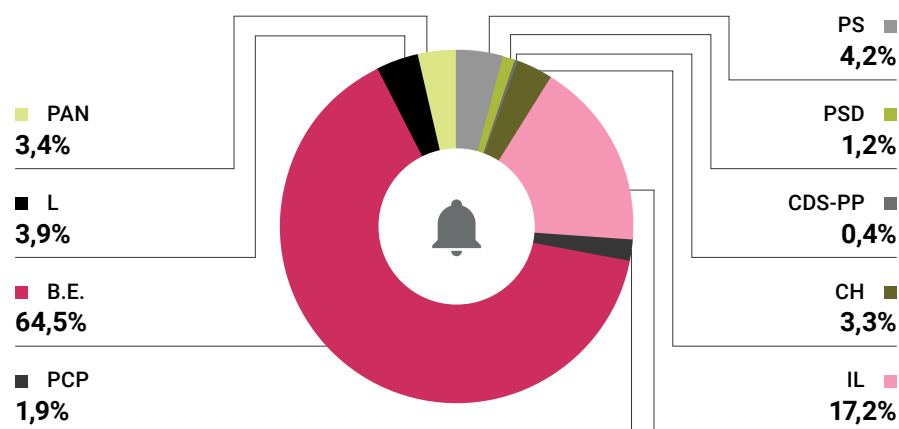
FONTE: Buzzlytics.

Partido	Seguidores em 29 de janeiro	Seguidores em 19 de fevereiro	Crescimento percentual
PS	1.337	1.717	28,4
PSD	1.403	1.508	7,5
CDS-PP	1.005	1.038	3,3
PPM	6	7	16,7
CH	32.600	32.900	0,9
IL	4.598	6.165	34,1
PCP	2.843	3.016	6,1
PEV	Sem perfil	Sem perfil	0,0
B.E.	25.300	31.200	23,3
L	3.087	3.438	11,4
PAN	354	660	86,4

9.116

É o total de novos seguidores

NOTA: O PPM não obteve crescimento e o PEV não tem perfil na rede social.



Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

X

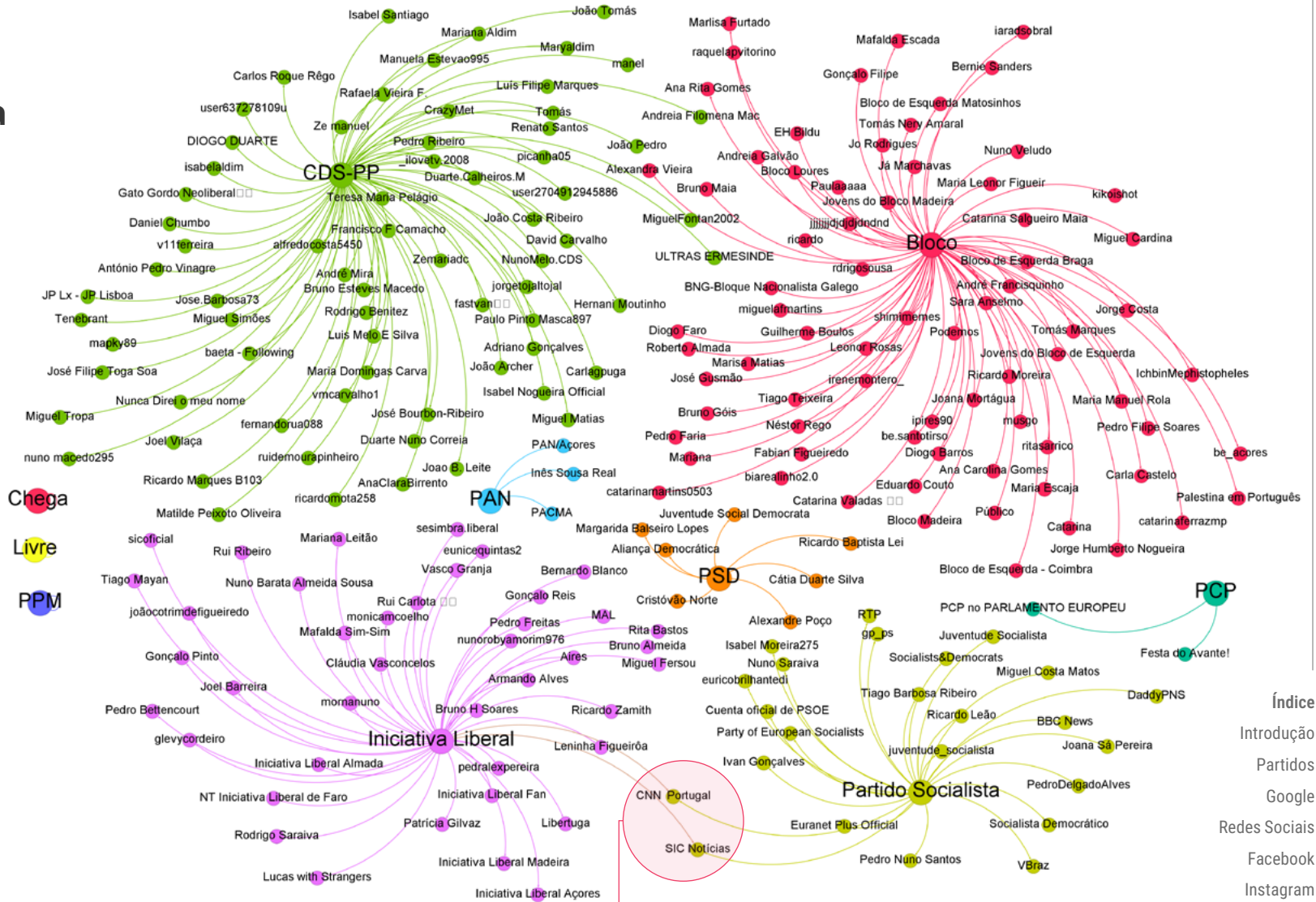
29 de janeiro a 19 de fevereiro de 2024

Rede de Influência

Esta imagem mostra as relações dos partidos com as contas públicas que eles seguem no TikTok. Cerca de 260 páginas formam a rede de influência. O BE (76) e o CDS-PP (75) são os que mais seguem e, possivelmente, recebem o maior fluxo informativo.

A representação também aproxima duas forças políticas opostas: Chega e Livre. Estes partidos mantêm em privado as contas que seguem, iniciando pouca transparência na plataforma. O PS e o BE seguem partidos estrangeiros que integram a sua família política e meios de comunicação, como BBC, RTP e Público.

Os partidos alinham-se maioritariamente com perfis dos seus dirigentes, militantes, organizações de juventude e estruturas locais. Alguns não seguem ninguém (PPM), enquanto outros seguem apenas duas (PCP) ou três (PAN) contas.



NOTA: O PEV não tem perfil na rede social.

FONTE: Gephi.

➔ A comunicação social faz a mediação informativa entre partidos.

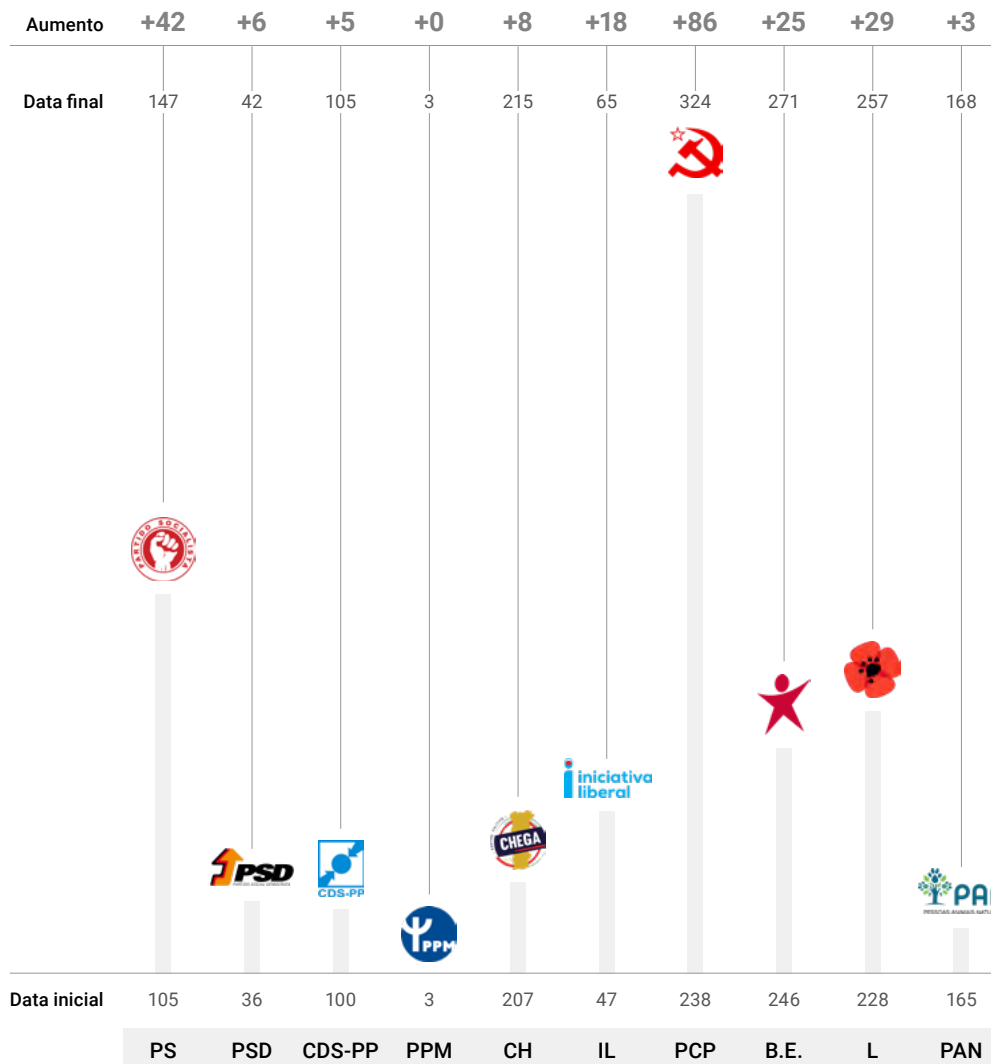
- Índice
- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok

29 de janeiro a 19 de fevereiro de 2024

Crescimento do Número de Vídeos

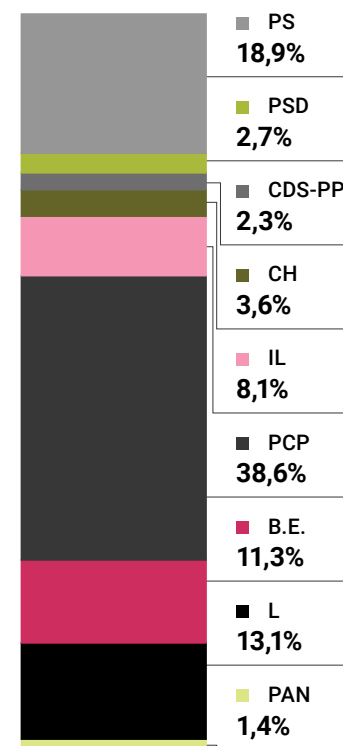
Os partidos publicaram 222 vídeos no período analisado. Como já tinha acontecido nas outras redes sociais, o PCP destaca-se dos restantes no campo produtivo. O autointitulado “partido dos trabalhadores” é, efetivamente, o que mais trabalha, sendo responsável por 38,6% do total de vídeos. Esse conteúdo é muito diverso, indo desde excertos dos debates televisivos a manifestações de apoio ao povo palestiano.

Em termos absolutos, o PS (42) e o Livre (29) ocupam as próximas posições do ranking, mas a uma grande distância do PCP. O Chega, que nas outras plataformas é sempre o segundo em termos de publicações no período, no TikTok teve uma atividade produtiva residual.



222

É o total de vídeos publicados no período analisado



NOTA: O PPM não obteve crescimento e o PEV não tem perfil na rede social.

- Índice
- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

29 de janeiro a 19 de fevereiro de 2024

Total de Interações

Os partidos geraram quase 840 mil interações no período analisado. Nesta categoria, o BE tem uma posição de bastante relevo, sendo responsável por 47,0% do total. O partido de Mariana Mortágua lidera ao nível dos gostos e das partilhas, mas é ligeiramente ultrapassado pelo Chega no número de comentários.

Nenhuma força política se aproxima da dinâmica criada pelo BE e pelo Chega na plataforma. Nalguns tipos de interação, esses partidos superam até a soma de todos os outros. Os conteúdos do BE, por exemplo, são de longe os mais partilhados – um tipo de interação que revela o mais alto nível de envolvimento do seu público.

FONTE: Buzzlytics.

■ Gostos
■ Comentários
■ Partilhas



NOTA: o PEV não tem perfil na rede social.

837.972

É a soma de gostos,
comentários e partilhas

Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

X

29 de janeiro a 19 de fevereiro de 2024

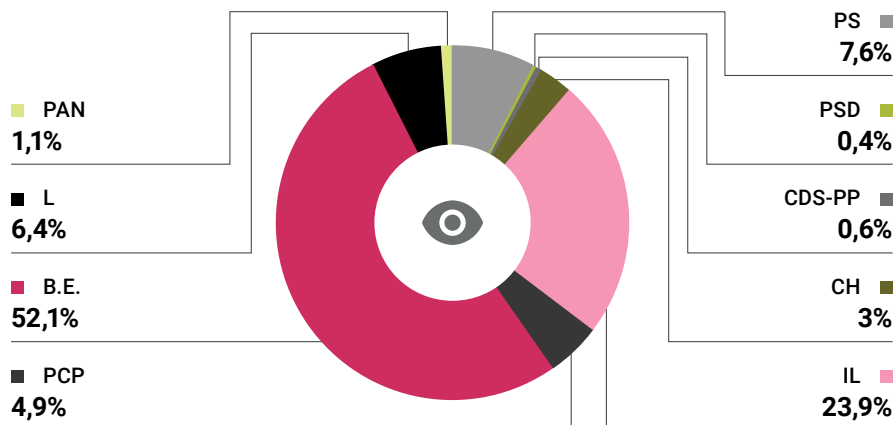
Crescimento do Número de Visualizações

O maior número de visualizações dos partidos ocorre no TikTok, com mais de 2,5 milhões. Embora seja apenas o quarto em termos de produção, o BE é quem consegue mais visualizações graças ao esforço colocado na partilha. Ou seja, produz 11,3% dos vídeos e consegue 52,3% das visualizações.

Outro partido que rentabiliza bem a produção é o IL, que produz 8,1% dos vídeos e consegue 23,9% das visualizações. Já com o PCP acontece exatamente o inverso. O partido liderado por Paulo Raimundo produz 38,7% dos vídeos do TikTok, mas tem apenas 4,9% das visualizações.

Os restantes partidos têm uma percentagem de visualizações inferior à da produção.

FONTE: Buzzlytics.

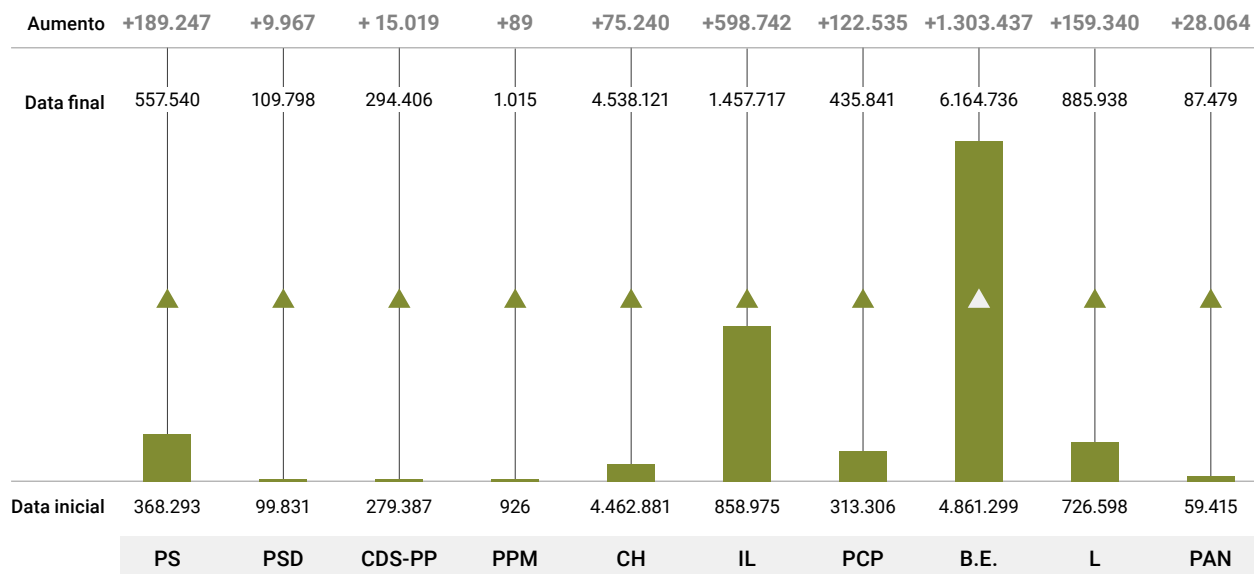


Esse resultado prova a importância do envolvimento da comunidade no esforço de divulgação dos conteúdos e, claro, da imagem do partido.

2.501.680

É o total de visualizações no período analisado

NOTA: O PPM não obteve crescimento e o PEV não tem perfil na rede social.



- Índice
- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

PARTIDOS

GOOGLE

REDES SOCIAIS

FACEBOOK

INSTAGRAM

YOUTUBE

TIKTOK



Criada em 2006 por Jack Dorsey, Biz Stone e Evan Williams, a atual X nasceu com o nome de *TWITTER*, passando depois a *Twitter*. A ideia inicial era simples: ser uma plataforma para a partilha de mensagens com até 140 caracteres. O sucesso foi imediato entre as celebridades, pelo que a plataforma rapidamente se tornou num espaço privilegiado para decisores políticos, jornalistas e formadores de opinião. A sua abrangência internacional e simplicidade tornaram-na numa rede crucial para grandes movimentos sociais, mas também para a disseminação de mensagens de ódio e desinformação. O microblog tem atualmente cerca de 300 milhões de utilizadores diários, sendo muito empregado em campanhas eleitorais.

Página dos Partidos

Alguns partidos (PS, BE, PAN e Livre) repetem os textos usados no Instagram, com o BE a acrescentar apenas o endereço de email. Outros (PSD, CDS-PP, Chega e PC) usam a tradicional frase “página oficial de ...”. A IL, que no Instagram referia a sua conta no X, aqui remete para o seu website.

Por fim, o PPM utiliza um texto irónico referindo que se trata da “pagina de fans do Partido Popular Monárquico (PPM) com cerca de 0 deputados eleitos na assembleia da republica e 2 na assembleia regional dos Açores” [SIC].

FONTE: X (ex-Twitter).

PARTIDO	CRIAÇÃO	PÁGINA	BIO	LINK
PS	08/2009	psocialista	Lado a Lado com os Portugueses desde 1973. #PartidoSocialista #PortugalInteiro	🔗
PSD	02/2009	ppdpsd	Página oficial do Partido Social Democrata no Twitter.	🔗
CDS-PP	01/2009	_cdspp	Página oficial do CDS - Partido Popular no Twitter.	🔗
PPM	09/2022	pp_monarquico	pagina de fans do Partido Popular Monárquico (PPM) com cerca de 0 deputados eleitos na assembleia da republica e 2 na assembleia regional dos Açores	🔗
CH	12/2018	PartidoCHEGA	Twitter Oficial do Partido CHEGA. Visita já o nosso site 📍	🔗
IL	05/2014	liberalpt	O teu novo Partido. Mais Liberdade Política, Social e Económica. 🇵🇹 Menos Estado, Mais Liberdade. #PortugalMaisLiberal https://t.me/liberalpt	🔗
PCP	04/2009	pcp_pt	Partido Comunista Português - Conta oficial	🔗
PEV	02/2009	OsVerdes	Partido Ecologista - Os Verdes	🔗
B.E.	07/2017	blocodeesquerda	O Bloco de Esquerda é um partido político socialista que coloca no centro da política a dignidade de todas as pessoas. 📧 bloco.esquerda@bloco.org	🔗
L	11/2013	livrept	O partido da esquerda verde europeia em Portugal	🔗
PAN	06/2009	partido_pan	Avançamos, pelas causas. Um voto no PAN é um voto nas pessoas, nos animais e na natureza. #juntateagrupa	🔗

- Índice
- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

19 de fevereiro de 2024

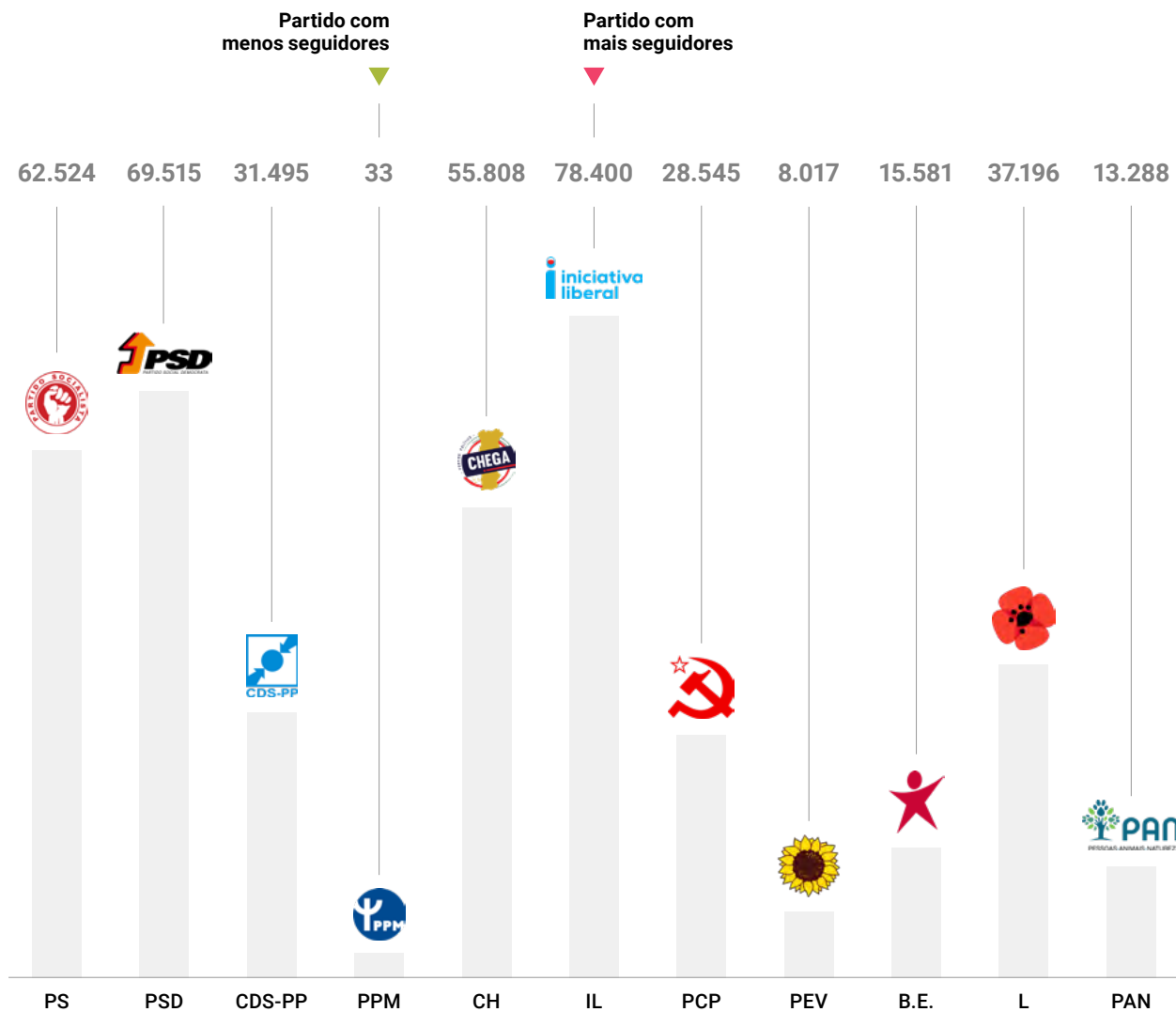
Seguidores

O X é a terceira rede social que os partidos portugueses têm mais seguidores, atrás apenas do Facebook e do Instagram, com cerca de 400 mil. Também é possível notar um maior equilíbrio entre as forças políticas, com a audiência potencial mais bem distribuída.

A IL lidera nesta plataforma, com 19,6% do total de seguidores, à frente do PSD (17,4%), PS (15,6%) e Chega (13,9%). O Livre, CDS-PP e PCP também se aproximam em número de seguidores.

Esses dados podem revelar uma característica da esfera pública digital. Embora o X seja uma rede social marcada pela polarização ideológica em vários países, é possível que os eleitores nacionais estejam mais interessados em obter informações dos partidos do que em se envolverem em discussões.

FONTE: X (ex-Twitter).



- Índice
- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

29 de janeiro a 19 de fevereiro de 2024

Crescimento do Número de Seguidores

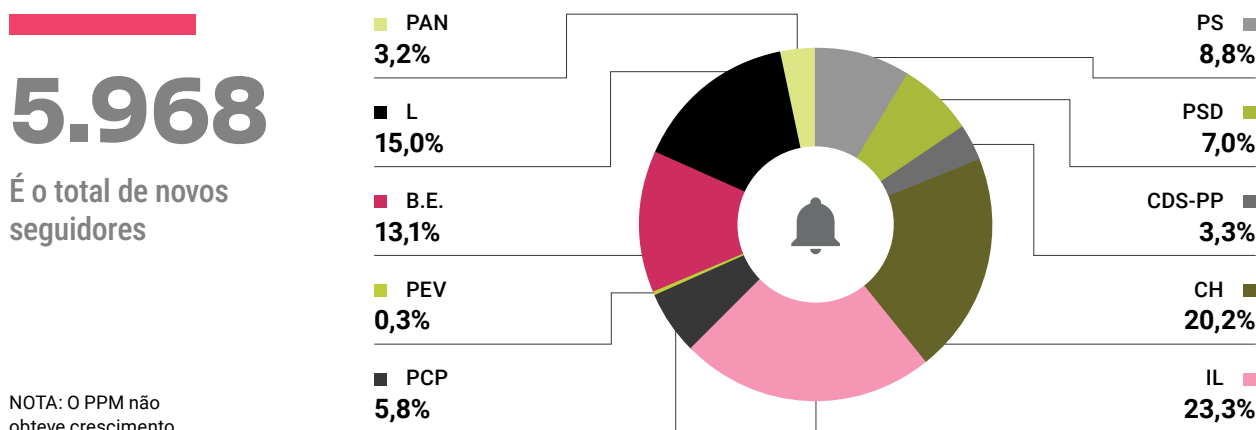
Os partidos ganharam 5.968 seguidores no período analisado. Este resultado indica que o X é uma rede social de crescimento orgânico para as forças políticas nacionais. Ao contrário do que ocorre noutras plataformas, onde há muitos aumentos acima dos dois dígitos, neste caso não acontece em nenhum dos partidos. Assim, o X é uma rede de relações estáveis e de longo prazo.

O IL destaca-se nesta categoria, tendo atraído 23,3% dos novos perfis. Em seguida aparecem o Chega, com um crescimento de 20,2%, e o Livre, com 15,0%. Em termos proporcionais, o BE é o único partido que cresceu mais de cinco pontos percentuais e o PPM é o único que perdeu seguidores.

FONTE: X (ex-Twitter).

Partido	Seguidores em 29 de janeiro	Seguidores em 19 de fevereiro	Crescimento percentual
PS	62.000	62.524	0,8
PSD	69.100	69.515	0,6
CDS-PP	31.300	31.495	0,6
PPM	34	33	-2,9
CH	54.600	55.808	2,2
IL	77.000	78.400	1,8
PCP	28.200	28.545	1,2
PEV	8.000	8.017	0,2
B.E.	14.800	15.581	5,3
L	36.300	37.196	2,5
PAN	13.100	13.288	1,4

Partido com maior crescimento



NOTA: O PPM não obteve crescimento.

9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

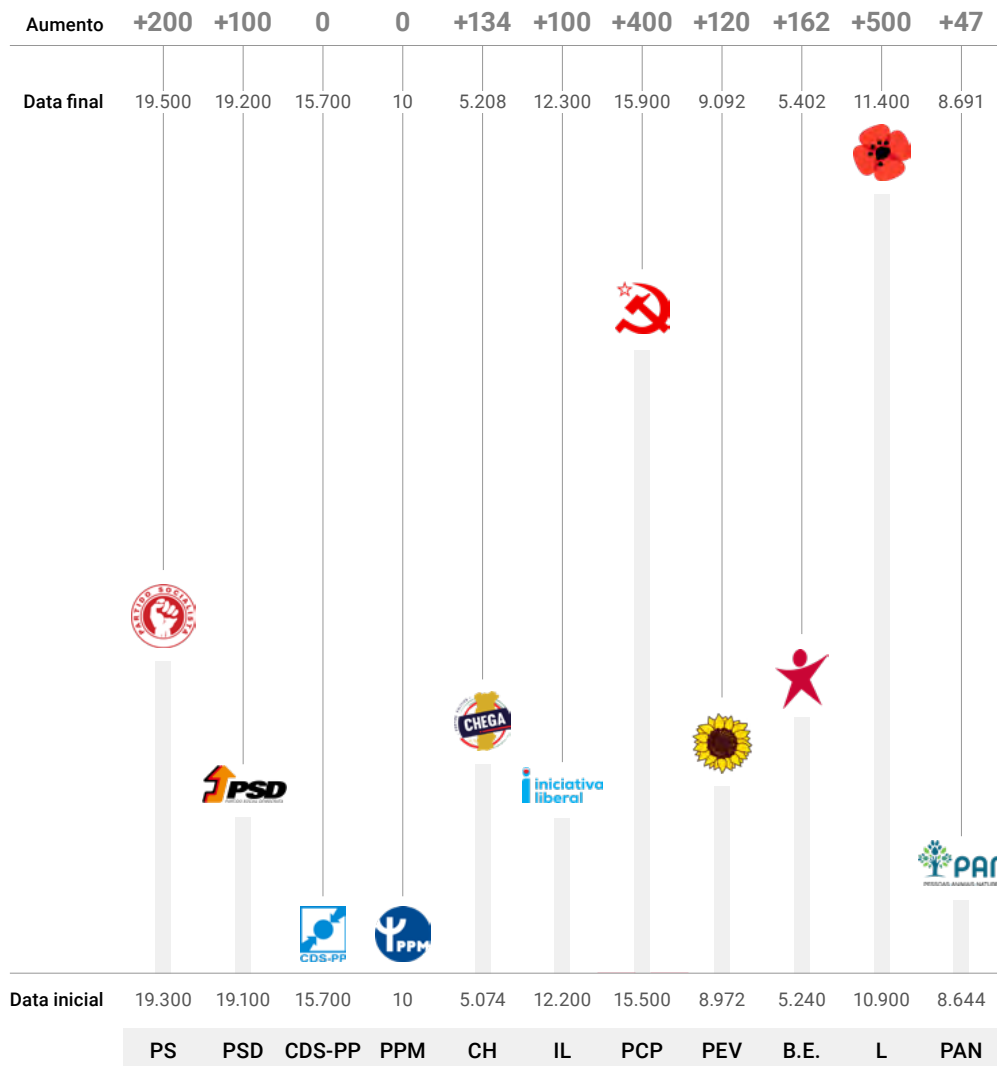
Publicações dos Partidos

Os partidos fizeram 1.763 publicações no período de análise. O Livre destaca-se, com 28,4% dos tweets, totalizando 500 mensagens na rede. Isto representa uma média diária de cerca de sete publicações, situação que se explica pelas características da plataforma: a partilha de pequenos textos.

Seguem-se o PCP (22,7%), sempre um dos mais ativos na esfera pública digital e, a grande distância, o PS (11,3%). Curiosamente, a IL, líder no número de seguidores, é dos partidos menos ativos publicando, em média, pouco mais de uma mensagem por dia.

NOTA: Em alguns casos individuais, o X apresenta dados arredondados. Assim, os valores totais dos partidos podem variar ligeiramente na plataforma, mas sem grande impacto nas tendências gerais.

FONTE: X (ex-Twitter).



1.763

Publicações no período analisado

122.403

Total de publicações até 19 de janeiro

- Índice
- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

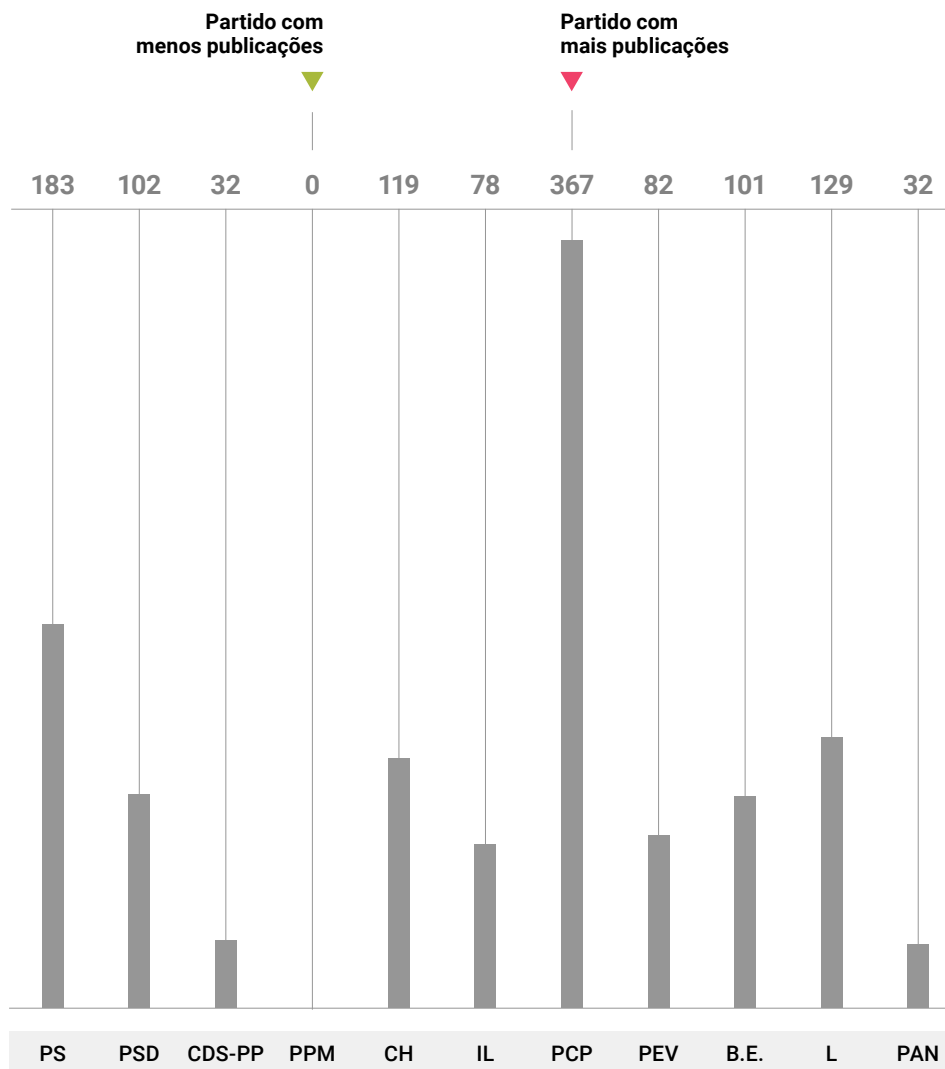
9 de novembro de 2023 a 19 de fevereiro de 2024

Publicações Multimédia

Além das conhecidas mensagens curtas de texto, o X também permite a publicação de fotos e vídeos. Esta informação aponta para resultados interessantes. Se os partidos fizeram 1.225 tweets com essas características, significa que 69,5% das suas mensagens são multimédia, por vezes articulando palavras escritas, imagens estáticas e em movimento.

O PCP volta a destacar-se, sendo o partido que mais produz conteúdos multimédia, sobretudo o vídeo. Seguem-se o PS e o Livre, que já eram partidos com mais publicações, embora não por esta ordem. Estes resultados refletem fatores como a complexidade dos conteúdos, os formatos mais usados e a força produtiva de cada partido.

FONTE: X (ex-Twitter).



1.225

É o total de publicações com fotos e vídeos no período analisado

- Índice
- Introdução
- Partidos
- Google
- Redes Sociais
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- X

Dados e Métodos



PARTIDOS



GOOGLE



REDES SOCIAIS



FACEBOOK



INSTAGRAM



YOUTUBE



TIKTOK



X

Dados e Métodos

Este relatório foi desenvolvido por investigadores do LabCom, um laboratório de investigação da Universidade da Beira Interior (UBI), e analisa o desempenho online dos partidos políticos e os seus líderes no âmbito das Eleições Legislativas 2024. O estudo mobilizou métodos digitais estruturados em três etapas: extração, mineração e visualização de dados (Rogers, 2013). Também foi utilizada uma vasta gama de programas informáticos *open-source* para a recolha e o tratamento de dados quantitativos e qualitativos de algumas das plataformas mais utilizadas pelos portugueses (OberCom, 2022).

GOOGLE

O interesse nacional pelos líderes partidários é um reflexo de milhões de pesquisas realizadas, diariamente, neste motor. Embora não tenha o significado de uma sondagem, pode apontar tendências eleitorais (Stephens-Davidowitz, 2017). Esses dados foram recolhidos de forma automatizada via Google Trends, configurado para os 18 distritos continentais e os arquipélagos dos Açores e da Madeira.

Sendo a grafia das palavras um elemento determinante nos resultados, considerou-se o nome público de cada político: André Ventura (Chega), Gonçalo da

Câmara Pereira (PPM), Inês Sousa Real (PAN), Luís Montenegro (PSD), Mariana Mortágua (BE), Nuno Melo (CDS-PP), Paulo Raimundo (PCP), Pedro Nuno Santos (PS), Rui Rocha (IL) e Rui Tavares (Livre).

O Google Trends forneceu uma amostra anónima e agregada das pesquisas reais dos portugueses, numa escala de 0 a 100 pontos, para dez líderes entre 9 de novembro de 2023 (data da dissolução da Assembleia da República) e 19 de fevereiro de 2024 (fim dos debates televisivos). Como o Partido Ecologista “Os Verdes” (PEV) adota um modelo de liderança coletiva, sem a imagem do partido personificada num político, não foi possível mapear o seu desempenho nesta categoria.

FACEBOOK E INSTAGRAM (PARTIDOS)

Os dados do Facebook e do Instagram foram recolhidos via *Application Programming Interface* (API) das plataformas através do CrowdTangle, uma ferramenta desenvolvida pela empresa Meta para apoiar investigações académicas e jornalísticas (Fan, 2023). A amostra representa a atividade pública das contas oficiais dos oito partidos com assento parlamentar (BE, Chega, IL, Livre, PAN, PCP, PS, PSD) e dos três partidos em coligação (CDS-PP, PEV, PPM).

Os dados vão do dia 9 de novembro de 2023 (data da dissolução da Assembleia da República) até 19 de fevereiro de 2024 (fim dos debates televisivos). O *da-*

Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

X

taset original reúne 4.041 publicações das páginas e 3.914.040 interações dos seus seguidores (gostos, partilhas, comentários, etc.).

A página do Partido Popular Monárquico (PPM) aparece com estatuto privado no Facebook e não permite a extração massiva de dados. Por outro lado, no seu website, o PPM também não indica uma página oficial de Instagram. Neste caso, foi utilizada a página do partido com o maior número de seguidores e características oficiais, como o endereço e o telefone da sede. Porém, pela baixa atividade na plataforma, o desempenho do PPM não impacta de forma significativa os resultados.

FACEBOOK E INSTAGRAM (MEDIA)

Os dados do Facebook e do Instagram foram recolhidos via API, com CrowdTangle, das páginas oficiais de 18 órgãos de comunicação social generalistas e de referência nacional: Antena 1, CMTV, CNN Portugal, Correio da Manhã, Diário de Notícias, Expresso, I Online, Jornal de Notícias, Público, Renascença, RTP Notícias, RTP, Sábado, SIC Notícias, SIC, TSF, TVI e Visão. Assim, o *dataset* original reúne 5.438 publicações e 1.546.087 interações (gostos, partilhas, comentários, etc.).

Com o auxílio de um algoritmo em Visual Basic, as categorias textuais do *dataset* original foram cruzadas com o nome público de cada político (Di Fátima & Carvalho, 2024). O algoritmo identificou 4.703 menções diretas aos líderes partidários. Como o PEV adota um modelo de liderança coletiva, não foi

possível mapear o seu desempenho nesta categoria. Foi, ainda, utilizada a ferramenta Voyant Tools para delimitar as dez palavras mais associadas pelos média tradicionais aos líderes (Alhudithi, 2021).

YOUTUBE

Os dados do YouTube foram recolhidos via API da plataforma através do YouTube Data Tools, uma ferramenta desenvolvida pelo Digital Methods Initiative (DMI), da Universidade de Amesterdão (Rieder, 2015). A extração de dados utilizou o número de identificação (ID) dos canais oficiais dos partidos políticos, por exemplo: UC6IFx2F-zcUN240ebh0MX-qQ, do CDS-PP.

Pelas limitações técnicas do YouTube Data Tools e características da API da plataforma, optou-se pela extração semanal de dados no período dos debates televisivos, entre 29 de janeiro e 19 de fevereiro de 2024. O *dataset* original reúne informações de 225 vídeos e 2.081.623 visualizações, além da variação do número de subscritores dos canais, totalizando, no último dia de extração, 250.850 perfis.

TIKTOK

O TikTok é a plataforma mais recente, com menor atuação dos partidos e que coloca os maiores desafios para a recolha massiva de dados. Por isso mesmo, utilizou-se uma abordagem em duas etapas. Na primeira, os dados foram extraídos de forma automa-

tizada das contas oficiais dos partidos via API, com auxílio da ferramenta experimental Buzzlytics, Versão 0.0.2, disponível no GitHub (Arcadiansc, 2023). De seguida, os dados foram validados manualmente para garantir a fiabilidade dos resultados.

Optou-se pela extração semanal de dados no período dos debates televisivos, entre 29 de janeiro e 19 de fevereiro de 2024. O *dataset* original reúne 222 vídeos e 2.501.680 visualizações, além da variação do número de subscritores das contas, totalizando, no último dia de extração, 81.649 perfis. Também foi utilizado o pacote estatístico Gephi para estabelecer a relação entre 227 contas seguidas por 8 dos 11 partidos (Bastian, Heymann, & Jacomy, 2009). Não foi possível identificar uma conta do PEV no TikTok, enquanto o Chega e o Livre têm as páginas seguidas em privado, limitando assim o seu mapeamento.

X

Os dados do X (ex-Twitter) foram recolhidos de forma manual das contas oficiais dos 11 partidos políticos em disputa nas Eleições Legislativas 2024. Optou-se pela extração semanal durante o período dos debates televisivos, entre os dias 29 de janeiro e 19 de fevereiro de 2024. Para esse efeito, foram utilizados o URL e o UserName das contas (Weller et al., 2014), por exemplo: <https://twitter.com/psocialista> e @psocialista, do Partido Socialista (PS). O *dataset* original reúne 1.763 mensagens, sendo 69,5% delas fotos e vídeos, e a variação do número de seguidores por partido, totalizando, no último dia de extração, 5.968 perfis.

Índice

Introdução

Partidos

Google

Redes Sociais

Facebook

Instagram

YouTube

TikTok

X

Referências

Alhudithi, E. (2021). Review of Voyant Tools: See through your text. *Language Learning & Technology*, 25(3), 43-50.

Arcadiansc (2023). *Buzzlytics Chrome-Extension (Version 0.0.2)*. [Software]. GitHub.

Bastian, M., Heymann, S., & Jacomy, M. (2009). *Gephi: An open-source software for exploring and manipulating networks*. ICWSM – International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, 8, 361-362.

Di Fátima, B. & Carvalheiro, J. R. (2024). One's heaven can be another's hell: A mixed analysis of Portuguese nationalist fanpages. *Social Sciences*, 13(1), 1-16.

Fan, C. (2023). *Understanding and citing CrowdTangle data*. CrowdTangle & Meta.

OberCom (2022). *Digital News Report Portugal 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism.

Rieder, B. (2015). *YouTube Data Tools (Version 1.42)*. [Software]. Digital Methods Initiative (DMI).

Rogers, R. (2013). *Digital methods*. The MIT Press.

Stephens-Davidowitz, S. S. (2017). *Everybody lies: Big Data, new data, and what the Internet can tell us about who we really are*. Dey Street Books.

Weller, K. et al. (2014). *Twitter and society*. Peter Lang.

Índice

Introdução
Partidos
Google
Redes Sociais
Facebook
Instagram
YouTube
TikTok
X

Contactos

João Canavilhas

LabCom – Universidade da
Beira Interior (UBI)
jcanavilhas@gmail.com

Branco Di Fátima

LabCom – Universidade da
Beira Interior (UBI)
brancodifatima@labcom.ubi.pt

LabCom – Universidade da Beira Interior (UBI)

Rua Marquês D'Ávila e Bolama,
6201-001, Covilhã
E-mail: labcom@ubi.pt
Telefone: +351 275 242 026
Site: <https://labcomca.ubi.pt/>

Este relatório analisa o desempenho online dos partidos políticos e dos seus líderes no âmbito das Eleições Legislativas 2024. Para medir o impacto das campanhas na esfera pública digital, investigadores do LabCom – Universidade da Beira Interior (UBI) compilaram mais de 11,6 mil publicações e 10,2 milhões de interações nas plataformas mais utilizadas pelos portugueses.

