

Marcelo Lima e Akira são campeões das redes sociais no Grande ABC

Natasha Werneck

Prefeitos estão no topo entre os mais seguidos em questões numérica ou proporcional aos habitantes

As redes sociais se consolidaram como ferramentas estratégicas para os prefeitos eleitos no Grande ABC se aproximarem da população. Em um levantamento sobre a popularidade digital desses líderes, destacam-se Marcelo Lima (Podemos), de São Bernardo, e Akira Auriani (PSB), de Rio Grande da Serra, como os principais “campeões das redes sociais” na região.

Marcelo Lima acumula 99,1 mil seguidores no Instagram, o maior número absoluto entre os prefeitos do Grande ABC. Isso representa 11,79% da população de São Bernardo, que tem 840.499 habitantes. Já Akira Auriani, embora conte com 9.451 seguidores, apresenta o maior impacto proporcional, atingindo 21,40% da população de Rio Grande da Serra, que é de 44.170 moradores.

Em Ribeirão Pires, Guto Volpi (PL) conta com 14,2 mil seguidores no Instagram, que representa 11,02% da população do município. Enquanto São Caetano, com Tite Campanella (PL) tem 10,87% da população da cidade em sua rede social, que conta com 18 mil pessoas acompanhando suas publicações.

O prefeito de Diadema, Taka Yamauchi (MDB), possui 43,5 mil seguidores, cerca de 11,06% da população diademense. Já Marcelo Oliveira (PT) conta com 28,1 mil pessoas em seu Instagram, que representa 6,72% da cidade. Por fim, em Santo André, Gilvan (PSDB) reúne 33,4 mil seguidores, ou seja, 4,46% da população.

Dinâmicas digitais

A cientista política Juliana Fratini analisou o impacto das redes sociais na política, afirmando que elas mudaram profundamente a relação entre políticos e eleitores. “O formato pelas redes sociais permite uma comunicação direta, sem intermediários, o que torna o contato mais próximo, mais pessoal. Embora muitas vezes o perfil do político seja administrado por terceiros, a sensação de proximidade é inegável”, explica. Ela ainda destaca que o número de seguidores no Instagram pode indicar popularidade, mas não é garantia de sucesso eleitoral:

“Seguir um político nem sempre significa votar nele. Muitas pessoas acompanham opositores para observar suas ideias. No entanto, com a estratégia certa, o engajamento digital pode, sim, se transformar em apoio nas urnas.”

Outro ponto importante discutido por Fratini é o engajamento nas redes sociais, que pode influenciar a percepção pública do trabalho de um político. “Nas redes sociais, o eleitor pode tanto expressar apoio quanto críticas, e essas opiniões podem ser tanto sinceras quanto direcionadas por viés ideológico”, afirma. Ela observa que a comunicação digital é uma escolha estratégica: “Enquanto uma comunicação mais universal pode ampliar o debate público, uma abordagem mais setorial pode engajar mais diretamente um público específico, o que, dependendo da estratégia, pode ser vantajoso para o político.”

Sobre o impacto das redes sociais no fortalecimento da democracia, Fratini é otimista. “As redes sociais aproximaram os eleitores dos governantes. A comunicação direta pode ser muito saudável, pois o eleitor se sente ouvido e, em alguns casos, até respondido”, aponta. No entanto, ela alerta para o risco de a interação digital substituir canais institucionais de diálogo e fiscalização. “O maior risco é a desconexão entre a comunicação institucional e o que o político expressa nas suas redes pessoais. Se houver incoerência, isso pode gerar desconfiança e descredibilizar a gestão pública.”

As redes sociais desempenham um papel significativo nas campanhas e na administração de cidades menores, como Rio Grande da Serra, onde Akira Auriani possui uma quantidade proporcionalmente maior de seguidores. Fratini destaca que, em cidades menores, a presença digital pode se tornar uma vantagem estratégica. “A proximidade das redes sociais pode ser uma forma de superar as limitações da comunicação presencial, especialmente em municípios mais afastados ou com população dispersa.” No entanto, ela enfatiza que a autenticidade na comunicação digital é fundamental: “Não adianta tentar criar uma imagem artificial nas redes sociais. A chave do sucesso está em alinhar a presença digital com as ações e o comportamento do político na vida real.”

<https://www.dgabc.com.br/Noticia/4195287/marcelo-lima-e-akira-sao-campeoes-das-redes-sociais-no-grande-abc>

Veículo: Online -> Site -> Site Diário do Grande ABC - Santo André/SP

Seção: São Caetano