Político precisa de muita conversa para atrair jovem do Orkut

Carmem Munari

Esqueça o discurso, exercite o diálogo. Difícil para políticos? Pois este é exatamente o comportamento esperado de candidatos que querem atingir o eleitor das comunidades da internet, como Orkut e You Tube, cujo uso vêm crescendo no país em campanhas eleitorais. A recomendação é de **Marcelo Coutinho**, professor da **ESPM** e diretor de análise e mercado do IBOPE.

"O site do candidato é só discurso, não tem interatividade. Se você quer usar as comunidades de internet, é preciso dialogar", disse ele à Reuters, tendo em mente o convencimento de candidatos sobre o eleitorado.

Coutinho, que realizou pesquisa em conjunto com dois outros professores da ESPM sobre uso da internet nas eleições presidenciais de 2006, vai ainda mais longe ao aconselhar os candidatos que pretendem utilizar estas redes: "Esqueçam também a noção de controle".

Ou seja, para o pesquisador, o político precisa se desprender daquela neurose de que uma parte dos que querem entrar em contato com ele em um site ou uma comunidade de internet são adversários e concorrentes que só querem prejudicá-lo.

Nessas comunidades, os candidatos podem entrar em contato com os eleitores jovens, os mais resistentes a temas políticos. Ao mesmo tempo, o levantamento dos pesquisadores indica que há interesse pelo assunto, já que existem aproximadamente 180 comunidades no Orkut sobre os atuais principais candidatos a prefeito da cidade de São Paulo, num universo de quase mil comunidades sobre eleições.

O número total é superior ao de julho de 2006, quando foram encontradas 46 comunidades sobre os principais candidatos a presidente. Nas duas eleições, o que chama mais a atenção são as comunidades pró e contra candidatos. Há dois anos, a maior comunidade pró-Geraldo Alckmin (PSDB) reunia 221 mil integrantes e a maior pró-Luiz Inácio Lula da Silva (PT), 106 mil.

O crescimento contrasta com o interesse menor despertado pelas eleições municipais do que pelas presidenciais. Indica, por outro lado, o avanço do uso deste meio.

Pelo Orkut, rede social do Google, é possível participar de fóruns de discussão sobre os temas mais diversos e fazer ou encontrar amigos. Dos 60 milhões de usuários do Orkut em todo o mundo, 27 milhões ficam no Brasil.

É preciso, no entanto, dar um desconto no dado fornecido pelo Google uma vez que ele não identifica um mesmo usuário que se cadastre com nomes diferentes.

"As eleições locais mobilizam menos os eleitores do que as eleições nacionais, mas dado o crescimento acelerado da web nos últimos anos e a popularidade crescente das redes sociais, pode ser que ao menos na internet esta regra não se confirme", acredita Coutinho, que junto com os colegas vai atualizar a pesquisa com os dados da eleição municipal, que ficará pronta em 2009.

Internet bate revistas

A internet como um todo está acima das revistas como meio utilizado pelos eleitores para conhecer os candidatos. Nas eleições de dois anos atrás, segundo o IBOPE, a internet foi o meio de informação indicado por 6 por cento dos eleitores, ou 7,8 milhões do total de 126 milhões de eleitores daquela eleição.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.

As revistas ficaram com 4% e os meios tradicionais permaneceram bem à frente: TV (76%), jornais (29%) e rádio (28%).

Coutinho afirma que o patamar atual do Brasil é similar ao dos Estados Unidos no início da década, quando a internet superou primeiro as revistas, depois o rádio e, na atual disputa presidencial, se transformou na segunda fonte de informação para os eleitores depois da TV.

O candidato democrata Barack Obama optou por reduzir sua estrutura administrativa para fazer campanha pela internet. Ele tem usado as redes sociais para gerar envolvimento e contribuição financeira para sua campanha.

O professor afirma ainda que, apesar de o uso da internet para temas políticos ser menor do que nos EUA e na Europa e ter impacto limitado na decisão de voto, os brasileiros, das faixas A e B, estão entre os que passam mais tempo na web em casa, ultrapassando norte-americanos e europeus.

Disponível em: <http://www.ibope.com.br>. Acesso em 16 jun. 2008

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.