**Facebook: índice político confiável?**

*Javier Santiso*

*Comunidades virtuais estão se expandindo com grande velocidade.*

No afã de estar (ou parecer estar) conectado com a modernidade digital, os políticos começam a despontar na rede social mundial de computadores

Fosse o Facebook um país, hoje em dia seria maior que o Brasil. Com mais de 500 milhões de usuários supera os 200 milhões de brasileiros. Na América Latina, o Facebook registra quase 70 milhões de usuários, um total comparável à população do Chile e Colômbia somados.

É claro que usuários e cidadãos não são comparáveis, assim como redes sociais e nações. Os mundos digitais, no entanto, assemelham-se ao que o grande acadêmico Benedict Anderson, especialista em nações e nacionalismos, chamava de "comunidades imaginadas" ("imagined communities").

Como Anderson destacou em seus livros e ensaios, o surgimento do nacionalismo está estreitamente ligado ao aumento no número de livros impressos e ao desenvolvimento técnico da imprensa em seu conjunto. Tanto o pensamento gráfico como o verbal são chaves para fomentar redes de convivência. Nesse sentido, as redes digitais, com seus vocabulários, senhas de identidades, ações e interações, também desenham uma nova razão gráfica, como a denominou o antropólogo Jack Goody.

Não é de surpreender, portanto, que as empresas de tecnologia tenham contratado exércitos de antropólogos, sociólogos e etnólogos para entender os novos hábitos de costumes das tribos que proliferam pela internet, como blogueiros, hackers, webmasters e outros twitteiros ou adeptos de bate-papos. Nos bosques mais remotos dos mundos 2.0, a empresa de consultoria KPMG descobriu dessa forma novas espécies de consumidores, maçons digitais altamente leais a suas lojas e nômades digitais vagando de um local a outro.

Não sabemos quanto de uns ou de outros existem na América Latina, mas sabemos que essas comunidades vêm se expandindo a grande velocidade: no México, 16 milhões de pessoas utilizavam o Facebook em meados deste ano, da mesma forma que 7,5 milhões de colombianos, 6,2 milhões de chilenos e 6,2 milhões de brasileiros. Em meados de 2010, a América Latina era o continente com maior índice de abrangência no mundo do Twitter, outra das redes sociais digitais no estrelato (com crescimento anual superior a 300% e mais de 15 milhões de usuários no continente, sem contar os residentes nos Estados Unidos que falam espanhol). Brasil e Venezuela, ao lado da Indonésia, na Ásia, outro país emergente, formam o trio com maiores índices de abrangência dessa rede. O LinkedIn, rede profissional de maior êxito no mundo, com 70 milhões de usuários em mais de 200 países, já possui mais usuários no Brasil (1,15 milhão) que na Espanha. Na Argentina (630 mil), há o dobro que na Suíça. A Índia (5,7 milhões) é o país emergente com mais usuários registrados.

Esses dados - e talvez o afã de estar (ou parece estar) conectado com os tempos da modernidade digital - levaram os políticos a também despontar na rede mundial de computadores. Em agosto de 2010, o presidente Lula tinha 5.575 fãs no Facebook. Cristina Fernández de Kirchner, presidenta da Argentina, somava 32,9 mil fãs, uma cifra bem maior que a de Lula, que no final de seu segundo e último mandato, no entanto, goza de aprovação muito mais favorável nas pesquisas à ostentada por sua homóloga argentina. Quando observamos os seguidores de candidatos e candidatas em uma eleição como a do Brasil, que escolherá um(a) novo(a) presidente em outubro deste ano, o Facebook também não parece ajudar muito: Dilma Rousseff aparece à frente do rival José Serra nas pesquisas eleitorais, mas possui apenas 3,3 mil seguidores de sua página.

O Facebook não parece ser, portanto, um indicador muito pertinente na hora de avaliar a popularidade, pelo menos no mundo político. Tampouco parece ser um bom termômetro na hora de indicar o (bom ou mau) desempenho em termos de feitos econômicos dos governantes. Dessa forma, o presidente do Peru, Alan García, que levou seu país a obter classificação de crédito com grau de investimento, algo inédito na história do país, possui apenas 2,4 mil seguidores, menos que Daniel Ortega (2,6 mil), da Nicarágua, e bem abaixo de Rafael Correa (16,6 mil), do Equador. Por sua parte, Lionel Fernández, da República Dominicana, outro grande reformista no poder, registra apenas 4,5 mil fãs, apesar da administração que realiza em seu país e de dois mandatos.

Mesmo sendo necessário ajustar o "Índice Político Facebook", os números das redes sociais oferecem informações de interesse. O ex-presidente colombiano Álvaro Uribe (quase 130 mil fãs), que terminou seu último mandato em meados de 2010, obteve o grau máximo latino-americano nesse índice virtual. Mas estamos vivendo uma intensificação do uso das redes: seu sucessor, Juan Manuel Santos, que assumiu o poder em agosto de 2010, possui mais de 410 mil fãs. O mesmo fenômeno se repete na Costa Rica: a nova presidente, Laura Chinchilla (quase 24 mil seguidores), eleita em 2010, supera o número de fãs do presidente que saiu, o prestigiado estadista e prêmio Nobel Oscar Arias, que mal tem presença no Facebook. José Mujica (6,3 mil), o novo presidente do Uruguai, supera o anterior, Tabaré Vázquez (5,2 mil).

Outras autoridades latinas ostentam números elevados. Michelle Bachelet (mais de 128 milhões de fãs), por exemplo, supera o novo presidente chileno, que assumiu o cargo em março de 2010, Sebastián Piñera (com cerca de 51 mil fãs). A ex-presidente chilena deixou bem longe o seu par venezuelano, ainda no cargo (mais de 30 mil fãs) e grande adepto do uso das telecomunicações, rádio, televisão e, agora, da internet. Também supera o presidente do México, Felipe Calderón (cerca de 52,8 mil fãs). Todos buscam garantir presença e deixar marcas digitais. Até em Cuba. Fidel Castro se pendurou na rede mundial de computadores, contabilizando em sua página o mesmo número de fãs que o amigo venezuelano (32 mil fãs, também registrados em agosto de 2010).

Em todo caso, o Facebook também nos traz mensagens alentadoras. Embora muito se fale das brechas digitais, alguns países conseguem ter marcas insólitas. O presidente do país mais pobre da América Latina, o boliviano Evo Morales (mais de 51 mil seguidores), tem quase dez vezes mais fãs que o presidente do país mais rico do continente em termos de PIB per capita. Os números de Evo Morales também são maiores que os da chanceler da Alemanha, Angela Merkel, e que os do primeiro-ministro do Canadá, Stephen Harper, países da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) muito mais ricos e populoso que a Bolívia.

O Facebook, no entanto, nos indica realmente algo sobre a velocidade do esquecimento no mundo moderno: o grande ex-presidente brasileiro Fernando Henrique Cardoso tem apenas 2,2 mil seguidores, uma cifra comparável à de Mikhail Gorbatchov (2,6 mil). Outros sobrevivem melhor à investida do tempo digital: o sul-africano Nelson Mandela, outra grande figura política do fim do século XX, possui quase 320 mil seguidores. Ainda assim, tudo parece indicar que, assim como no mundo real, a passagem do tempo também é cruel no mundo digital.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 2 set. 2010, Primeiro Caderno, p. A13.**