

As redes sociais já podem decidir o próximo Presidente?

por João Pedro Monteiro Marques

CCC Jornalismo

A 4 de Novembro de 2008 Barack Obama é eleito Presidente dos Estados Unidos da América. Na véspera ocorreu um *boom* nas redes sociais. Só nesse dia o actual Presidente americano conseguiu adicionar 10.000 novos amigos à sua conta na página MySpace, ficando muito longe das 964 adições que John McCain conseguiu nesse mesmo dia. No Twitter, ainda na véspera, ganhou 2865 novos seguidores, mais de metade que McCain conseguiu angariar ao longo de toda a sua campanha.

“A realidade americana é substancialmente diferente da nossa” realça Sandra Sá Couto, jornalista da RTP que elaborou em 2006 um estudo sobre as redes sociais nas candidaturas presidenciais portuguesas desse ano. “O *boom* ocorreu de facto nas eleições americanas de 2008, em 2006 as redes sociais não estavam tão desenvolvidas quanto hoje. Só o MySpace tinha alguma notoriedade. O Facebook e o Twitter ainda não tinham começado a emergir”, diz Sandra Sá Couto. Apesar de actualmente o Facebook ter-se massificado, e do Twitter já ter uma maior exposição, a jornalista prevê que a influência deles não vá ser determinante, se calhar nem relevante, para as nossas presidenciais. “O público *on-line* americano tem outra cultura. O uso que eles fazem da internet tem uma expressão incomparavelmente maior que a nossa”, refere a jornalista.

Os candidatos às próximas presidenciais (à excepção do candidato Cavaco Silva, do qual não conseguimos obter qualquer declaração) também assumem que o papel das redes sociais é só um complemento na sua campanha. O Gabinete de Apoio à Candidatura de Francisco Lopes considera que “de acordo com a nossa programação cada meio de informação e propaganda ocupa o seu espaço e desempenha a sua função.” Por sua vez Nuno Cruz David, responsável pelas redes sociais do candidato Manuel Alegre, afirma que “desde cedo apercebemo-nos que era essencial construir a candidatura tendo em atenção este meio de comunicação. Todas as intervenções públicas que o candidato faz são anunciadas no Facebook. Todos os vídeos gravados em campanha são colocados no Youtube e posteriormente adicionados ao Facebook.” Apesar de tudo Nuno David também assume que o uso das redes sociais é ainda só um complemento e não o centro da campanha.

O Gabinete de Apoio ao Candidato Fernando Nobre partilha da mesma opinião “julgamos que o peso das redes sociais é marginal em relação à ‘exposição pública’ de qualquer candidato.” Sandra Sá Couto concorda, “a maioria das pessoas que acede às redes sociais, nomeadamente o Facebook e Twitter, não o faz para se informar sobre política. Penso que temos um povo pouco politizado e isso também se manifesta na internet.”

As redes sociais trazem independência informativa mas não é suficiente

O candidato independente à presidência Defensor Moura admite que a televisão ainda é o órgão de comunicação social que mais influência exerce sobre o eleitorado, “os órgãos de informação tradicionais são os mais ouvidos e lidos mas a sua informação está dependente da vontade dos jornalistas e dos editores. Dependente de mim as redes sociais são mais importantes. Espero no entanto que a comunicação social, também através da informação que colhe das redes sociais, saiba passar a minha mensagem.”

“Nesse sentido será difícil falar de ‘independência informativa’ quando a maioria dos órgãos de comunicação social é propriedade dos principais grupos económicos nacionais que os utilizam para os seus interesses nestas, como noutras, ocasiões”, declara o Gabinete do candidato apoiado pelo PCP Francisco Lopes.

“É claramente desfasado o tempo de antena que particularmente a televisão dá aos candidatos Manuel Alegre e Cavaco Silva, comparativamente com os outros candidatos”, defende o Gabinete do candidato independente Fernando Nobre. Por sua vez Nuno Cruz David acha que a candidatura de Manuel Alegre tem tanta visibilidade quanto a dos outros candidatos à excepção de Cavaco Silva. “A nossa candidatura tem alertado desde o início para o facto do candidato que também é Presidente, estar a usar o seu estatuto para fazer campanha”, denuncia Nuno David.

A forma de propaganda vai-se manter

Os cinco candidatos à Presidência da República em 2011 não devem dar prioridade às redes sociais como forma de chegar às pessoas. “O estudo que elaborei em 2006 não me permite tirar conclusões sobre a influência real que elas tiveram sobre o voto do eleitorado, mas posso garantir que não foram significativas”, diz a jornalista Sandra Sá Couto.

“Achamos demagógico o discurso público de Cavaco Silva recusando a utilização de cartazes”, acusa o Gabinete do candidato apoiado pelo PCP, “pois, ainda assim, é a candidatura que tem previsto mais gastos nestas eleições.” Francisco Lopes é o candidato que mais tarde abriu uma conta no Facebook. Contava, até ao dia 14 de Dezembro, com 1012 pessoas que seleccionaram “gosto”, no seu “mural”. Até ao momento não tem qualquer conta no Twitter ou em qualquer outra rede social. “A nossa presença no Facebook iniciou-se a 1 de Dezembro, isso deve-se à organização do nosso programa, mas o *site* oficial, assim como os vídeos no Youtube, já se encontram disponíveis há mais tempo.”

As outras formas de propaganda são necessárias, “nem todos têm acesso a computadores e às redes sociais em específico”, diz o independente Defensor Moura, “desse modo na minha campanha foram feitos panfletos, jornais, doze outdoors móveis. Isto porque defendo que se deve evitar poluição visual nas ruas. No entanto o *site*, assim como toda a manutenção do espaço virtual, envolve uma equipa, e esses custos, ainda que menores, são consideráveis”, esclarece o também deputado.

Nuno David também acha que não haverá uma grande redução nos custos, “ainda que fosse desejável, nesta época de dificuldade económica que o país atravessa, mas é preciso passar a

mensagem. Nem todos têm acesso às mesmas coisas mas temos como princípio chegar a todos.”

Os sites têm o dever de passar a mensagem

As redes sociais têm uma função de espalhar a mensagem, uma vez que se trata de uma forma de comunicação mais fragmentada. Compete-lhes atrair pessoas para depois as direcionarem para alguma mensagem mais concreta e estruturada. “Foi partindo desse princípio que estruturámos o *site* da candidatura de Fernando Nobre”, informa o seu Gabinete, mas a opinião das outras candidaturas é igual. “Tem de ser mesmo dessa forma, até porque a informação que se veicula através desses portais é uma informação que num espaço de 10 minutos já lá não está”, diz Nuno David “é nossa intenção captar a atenção das pessoas e remetê-las para o *site* da candidatura ou para uma qualquer outra fonte.”

“Há um benefício enorme nas redes sociais”, refere Defensor Moura “quem nos procura através delas é porque está interessado naquilo que temos a dizer, e assim a mensagem pode ser mais imediata. Desse modo nunca iria rejeitar um pedido para adição no Facebook.” O Gabinete de Francisco Lopes também não faz distinções sobre quem pretende ser associado à sua página do Facebook, “nunca rejeitamos um pedido de adesão à página por mais duvidoso que possa parecer. Não se trata de acharmos que poderíamos perder um voto mas não partimos do princípio de que devemos filtrar esses convites.”

Sandra Sá Couto prevê que não vai haver nenhum momento de ruptura e que as campanhas à presidência vão seguir o seu rumo normal. Talvez se ganhem na rua ou num debate, ou talvez já estejam ganhas.

Nota: As declarações do Gabinete de Apoio ao Candidato Fernando Nobre foram recolhidas do programa televisivo Nativos Digitais, transmitido na Rtp2, produzido pela Farol de Ideias.