



eleições

2.0

Evento vai discutir como os políticos podem utilizar as redes sociais para conquistar votos

Numa entrevista na semana passada para a agência de notícias **Reuters**, o diretor do Ibope Inteligência e professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), Marcelo Coutinho, apresentou a receita sobre como os políticos devem se relacionar com os eleitores do século 21. “O discurso é passado. É preciso dialogar e essa conversa acontece com mais eficácia dentro das redes sociais na internet”, afirmou. Em função da sua posição profissional e da curiosidade acadêmica, Coutinho acompanha há um bom tempo o impacto da política pela internet. “Vamos assistir na eleição desse ano uma prévia do que ocorrerá em 2010 quando os políticos utilizarem intensivamente as ferramentas disponíveis na rede.” Diante desse fato há várias oportunidades em aberto para quem se interessa pelo tema. Uma delas é mostrar para candidatos e atuais ocupantes de mandatos eletivos como eles podem ter na rede um ins-

trumento eficaz de comunicação com os seus eleitores. Essa é a estratégia do diretor da **E-Research**, Alan Dubner, companhia especializada em pesquisas on-line. No dia 03 de julho, em Itu, no interior de São Paulo, ele organiza um **seminário** para 100 convidados da região. São potenciais candidatos a vereador e prefeito interessados em entender essa dinâmica. “Para alguns será a primeira vez que iremos falar sobre blogs, Orkut, Facebook e Youtube”, afirma Dubner, dono de uma sólida carreira na área de consultoria para cidades digitais. O evento “*Eleições 2.0 – Como a internet mudou a política*” terá ainda a participação de blogueiros convidados. “Queremos promover um intercâmbio entre visões distintas do mesmo mundo”, diz o consultor. Os participantes ganharão uma visão sobre como podem utilizar as redes sociais já na campanha deste ano e ainda os princípios básicos das tecnologias existentes na rede. Um dos temas da agenda

é a eleição presidencial dos Estados Unidos. O consultor de marketing Cadu Lemos irá apresentar um estudo de caso sobre como o atual candidato democrata, Barack Obama, utilizou as novas mídias para amplificar o seu discurso junto aos eleitores, principalmente entre os mais jovens. “O que aconteceu com Obama vai se repetir de alguma forma na nossa eleição em 2010”, afirma Lemos. O fenômeno Obama, realmente, impressiona pela forma inteligente que o senador por Chicago utilizou a rede para reduzir o favoritismo da sua adversária Hillary Clinton. Só no **Facebook**, Obama atingiu a impressionante marca de 1 milhão de apoiadores. No Youtube, os vídeos dos candidatos foram vistos cerca de 51 milhões de vezes. E as notícias positivas continuam nessa direção. Nesta terça-feira, o principal vídeo da campanha de senador democrata, **Yes, We Can**, ganhou o **Emmy**, o Oscar da música como melhor produção em sua categoria.