

Candidatos descobrem a Internet

A rede mundial de computadores reúne os chamados formadores de opinião e vira um disputado palanque para as eleições

Yone Simidzu
Especial para o **Correio**

São Paulo — Utilizada timidamente na última campanha eleitoral, a de 1996, a Internet promete se transformar em uma das principais ferramentas de caça aos votos dos eleitores este ano. Segundo pesquisa do Ibope, 1,6 milhão de brasileiros estão ligados à rede mundial de computadores. Percebendo o potencial desse palanque virtual, diversos candidatos seguiram os passos pioneiros do PT, o primeiro partido a usar a rede de forma profissional, e já estão na Internet. Em seus sites (páginas) mostram a cara, a plataforma política e abrem espaço para conversar com os internautas — os usuários da Internet.

É o caso de Ciro Gomes (PPS), que tem um site simples e elegante: uma foto em preto e branco com o logotipo "Alternativa para o Brasil" sobre um quadro em cores vivas. O site traz a biografia do candidato, programa de governo, opiniões de personalidades sobre ele e endereço para e-mail (o sistema de mensagens também chamado de correio eletrônico).

Outro candidato a presidente com site próprio é Enéas (Prona). Sua página, "Meu nome é Enéas", não tem atrativos como fotos ou arte gráfica, apenas a transcrição de uma entrevista a um jornal.

Os principais candidatos, Fernando Henrique Cardoso (PSDB) e Luís Inácio Lula da Silva (PT), por enquanto, não têm espaço próprio na Internet. Lula está na rede, mas dentro do site do PT, que somente em junho recebeu 411.600 visitas, o que dá uma média de 13.720 por dia. Só a carta com os compromissos do candidato foi acessada mil vezes nas 48 horas seguintes à sua entrada no ar, segundo Ozéas Duarte, coordenador de comunicação da campanha.

FRANGO

Este ano o PT vai ter a Internet como um dos principais veículos de informação da campanha. "Para receber as últimas informações sobre a campanha, bastará acessar a nossa homepage", disse. Só que Lula não terá um site exclusivo. Para saber do candidato ou falar com ele, será necessário entrar no PTNet, o site do partido, que está sendo adaptado para a campanha. A idéia é não desvincular a campanha do partido.

Entre os candidatos a governador do Estado de São Paulo, os únicos com propaganda eleitoral na Internet são Paulo Maluf (PPB) e Marta Suplicy (PT). O site malufista, editado pelo jornalista Adilson Laranjeira, oferece oito páginas para quem aces-

sá-la. Uma delas é a de humor, onde há diversos comentários irônicos sobre frases ditas por adversários políticos, especialmente pelo governador Mário Covas (PSDB). Uma outra oferece o "Dossiê do Frango", a versão do ex-prefeito de São Paulo para a compra de frangos para a merenda escolar da rede municipal que está sob investigação do Ministério Público. Desde que entrou na rede, no dia 23 de maio, o site de Maluf foi visitado por 344 internautas.

Marta Suplicy utiliza na campanha ao governo o site que já tinha como deputada federal. Seu assessor e *web designer*, Marcos Tenório, está reformulando a página para facilitar o acesso a ela. O site de Marta vem servindo não só para fazer propaganda para os

eleitores. O comando da campanha o utiliza para passar informes a todos os candidatos do PT no estado, distribuir material de propaganda para os comitês do interior e enviar boletins eletrônicos para simpatizantes, entre outros serviços.

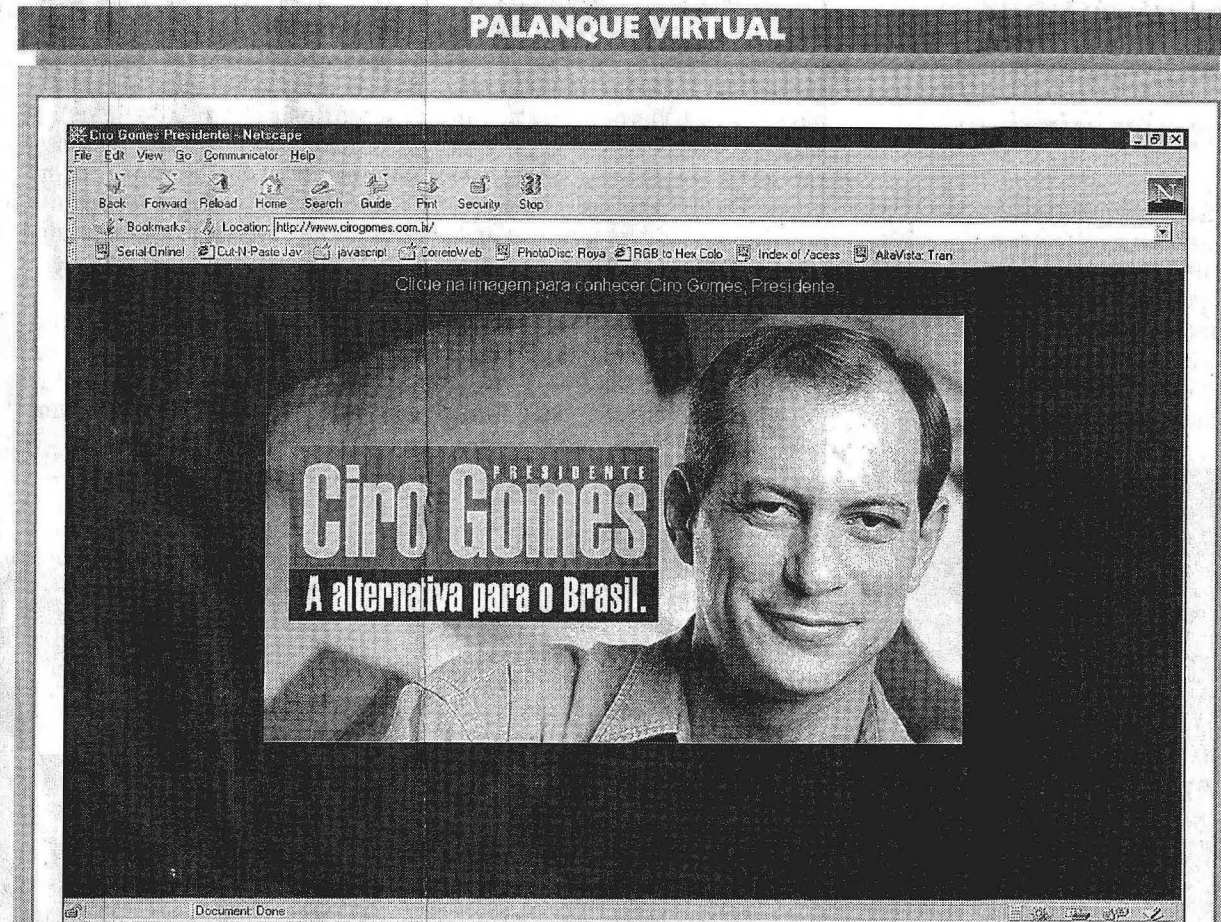
O PT vai utilizá-lo também para municiar os militantes rapidamente contra eventuais ataques que a candidata venha a sofrer em debates ou jornais. "Se o ataque ocorrer no programa eleitoral, à noite, de manhã todos já terão a resposta dela", informou Tenório.

CLINTON

Nos Estados Unidos não é diferente. Na campanha presidencial de 1996, tanto Bill Clinton quanto seu adversário, Bob Dole, usaram o palanque virtual. Os dois não só divulgavam suas propostas pela rede como conversavam diretamente com eleitores.

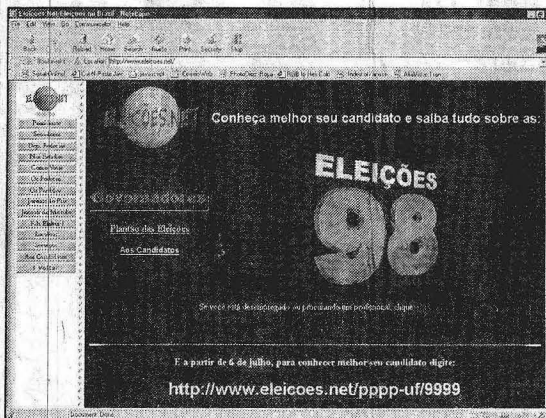
A Internet também foi usada como instrumento para medir o desempenho dos candidatos americanos em debates na televisão em tempo real. Enquanto os dois debatiam, seus assessores recebiam mensagens de eleitores criticando ou elogiando a participação do candidato. Jornais e emissoras de televisão também veicularam entrevistas e debates exclusivos com os candidatos em seus sites.

Nos Estados Unidos, há até uma empresa especializada em consultoria de marketing para a Internet, a Emarc. A empresa oferece seus serviços aos candidatos usando como forte argumento de persuasão dados que mostram o potencial político dos internautas. De acordo com a Emarc, 83% dos norte-americanos usuários da Internet são eleitores registrados contra a média de 65,9% da população em geral. Mais: 60% dos usuários votaram em 1996, contra a média de



CIRO GOMES

Na página de Ciro Gomes, do PPS, o eleitor tem acesso à biografia do candidato, ao programa de governo e a opiniões de personalidades a respeito do ex-governador do Ceará, que se apresenta como alternativa a Lula e Fernando Henrique



ELEIÇÕES 98

Na Internet existem endereços destinados ao candidato que queira entrar no mundo virtual mediante pagamento. Este tem enquete e noticiário. Endereços desse tipo são visitados por 50 mil pessoas

54% do restante da população.

O PT não teve receio em lançar, em 1996, um dos primeiros palanques virtuais durante a campanha de Luiza Erundina para a Prefeitura de São Paulo. A experiência permitiu ao partido receber sugestões de atividades e de materiais dos internautas durante a campanha.

TENDÊNCIA

"A tendência é de os partidos se apropriarem desse instrumento", diz o secretário de Comunicação do PT de São Paulo, Félix Sanches, que coordenou a criação do site de Luiza Erundina.

Segundo ele, a grande vantagem da Internet é a possibilidade de diá-

logo com o internauta nas chamadas salas de conversa, os chats, que permitem a comunicação entre várias pessoas em tempo real por meio dos e-mails. São ferramentas que o PT usa hoje até para fazer reuniões entre os membros da Executiva espalhados por vários Estados, portadores de uma senha especial.

A medida, além de ser mais barata — evitando gastos com transporte, habitação e alimentação — permite que o partido tenha maior agilidade, já que as "reuniões" podem acontecer a qualquer momento.

Os brasileiros conectados à Internet fazem parte de um grupo seleto. Segundo o Ibope, 85% dos usuários da Internet integram as classes A e B,

público considerado formador de opinião. Uma pesquisa feita em agosto do ano passado junto a 25 mil internautas indicou que três em cada cinco (60%) têm renda superior a 20 salários mínimos (R\$ 2.600). Para uma parcela mais restrita (19%), a renda ultrapassa os 50 salários mínimos (R\$ 4.500,00). É um público com alto nível educacional: 38% têm curso superior e 38%, o segundo grau.

O difícil, por enquanto, é atrair os internautas para a política. Segundo o Ibope, os homens preferem acessar os sites de esportes enquanto as mulheres, os de música, artes e turismo. Os jovens de ambos os sexos procuram mais os sites de música e esportes.

Propaganda sem censura na rede

Como o espaço da Internet é totalmente livre, é possível encontrar na rede desde sites com programas de governo até aqueles em que os internautas podem desancar os políticos corruptos. Não há qualquer espécie de censura, exceto para os partidos políticos, que devem seguir a legislação eleitoral. As regras aplicadas à propaganda eleitoral na televisão valem também para a Internet.

Alguns sites são voltados exclusivamente para as eleições deste ano, caso dos "Vota Brasil", "Eleições 98" e "Eleições.net". A página "Vota Brasil" foi criada pelo Atelier WWW, de Brasília. Segundo o diretor de marketing da empresa, Ronaldo Araújo, a idéia é atrair os candidatos que queiram fazer uso do palanque virtual, mediante o pagamento de uma taxa. A primeira versão do site já pode ser consultada, mas dentro de uma semana terá mais serviços: banco de dados de todas as pesquisas eleitorais majoritárias, lista de fornecedores de material de propaganda eleitoral, links e muito mais.

O site "Eleições.net", visitado por 57.883 pessoas até o dia 3, segue o mesmo espírito. O "Eleições 98" tem enquete e noticiário. Na enquete do site "1998: Eleições presidenciais no Brasil", o internauta poderá votar nos seus candidatos preferidos. Entre os que já votaram, Lula está na frente com 44,2% das intenções de voto contra as 26,5% de Fernando Henrique.

A rede tem também propaganda eleitoral. A Cadê, um site de buscas na Internet, vai exibir propaganda de candidatos. Enquanto estiverem usando o sistema de pesquisa do Cadê, os internautas verão o destaque do candidato e poderão acessá-lo sem digitar qualquer endereço. Segundo André Freire, representante da empresa, só em Brasília o Cadê é acessado 3.000 vezes por dia. No estado de São Paulo, onde se concentra quase um milhão de internautas, esses destaques poderão ser vistos 5,3 milhões de vezes durante a campanha eleitoral, prevê Freire.

SERVIÇO

■ **A maneira mais fácil de encontrar um candidato ou partido é usando o "Cadê". Basta digitar:**
<http://www.cade.com.br/govpolit>

■ **Em seguida, basta escolher o site desejado na lista**

■ **Alguns candidatos têm sites com endereços simples. Por exemplo, Ciro Gomes:**
www.cirogomes.com.br

■ **Outros já são mais complicados, como Enéas:**
<http://www.geocities.com/capitolhill/senate4777>

■ **Os principais partidos têm endereço fora desse catálogo. Para encontrá-los é mais simples. É só digitar a sigla do partido, org.br. O PSDB, por exemplo, é:**
<http://www.psdb.org.br>