

17/10/2017 10:54 - Reforma eleitoral abre espaço para propaganda paga em sites



A reforma eleitoral, aprovada no Congresso Nacional e sancionada recentemente pelo presidente Michel Temer, traz mudanças importantes nas campanhas realizadas nos meios de comunicação. Uma delas é a liberação parcial de propaganda paga na internet. O tema levanta reflexões de especialistas na área de tecnologia e comunicação.

Conforme a reforma, é “vedada a veiculação de qualquer propaganda paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos”. Essa alternativa é permitida apenas quando o autor for identificado e se o serviço for contratado por partidos, coligações, candidatos e representantes. O uso deste recurso, contudo, não pode ser feito em dia de votação.

Ainda de acordo com o texto, é proibido usar ferramentas que não aquelas disponibilizadas pelo provedor “para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros”.

O provedor deve manter canal de comunicação com os usuários e pode ser responsabilizado por danos causados pela publicação impulsionada se houver decisão judicial pela retirada e ela não for cumprida.

Essa novidade amplia os instrumentos de divulgação para as campanhas em relação aos existentes hoje. Pela legislação atual, um candidato pode manter um site, desde que com endereço eletrônico informado à Justiça Eleitoral e hospedado em provedor estabelecido no Brasil. Também é permitido o envio de mensagens eletrônicas, como e-mails ou mensagens no Whatsapp, além de publicações nas redes sociais.

Redes Sociais e eleições

Segundo a pesquisa TIC Domicílios, do Comitê Gestor da Internet, 58% dos brasileiros estão conectados à internet. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016, realizada pelo Ibope a pedido do governo federal, metade dos pesquisados afirmou se informar pela internet. O meio é o segundo mais popular para a busca de notícias, ficando atrás apenas da TV, mencionada por 89% dos entrevistados. A principal rede social usada pelos brasileiros, o Whatsapp, informou em maio deste ano ter cerca de 120 milhões de usuários no Brasil.

Para o professor da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) e coordenador do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), Fábio Malini, as redes sociais vêm sendo elemento relevante nas eleições em diversos países (como Espanha, Reino Unido e Estados Unidos) e não será diferente no Brasil em 2018. Com a possibilidade de impulsionamento de conteúdo aberta pela reforma eleitoral, os candidatos poderão manter estratégias de propaganda mais sofisticadas.

“O papel mais central das redes sociais será a direção exata da propaganda política que não se tinha antes. Mesmo com ambiente digital, se partia do pressuposto de que o usuário tinha que ir até a página, fazer a busca. Pela primeira vez vai se poder trabalhar uma propaganda para um território, faixa etária, profissão. Essa experiência de ir no foco publicitário é algo que a gente vai ter de forma forte nas próximas eleições”, destaca Malini.

Riscos

Na avaliação do professor da Universidade Federal do ABC, Sérgio Amadeu, a medida é problemática porque beneficia candidaturas com mais recursos. Para além do impulsionamento implicar gastos, estes vão se tornar cada vez maiores, aumentando o obstáculo financeiro dos candidatos com menos estrutura. Isso porque o impulsionamento se dá pela forma de “leilão”. Ou seja, o preço para conseguir ampliar o alcance de um “post” aumenta conforme a demanda. Em uma eleição, com diversos candidatos tendo apenas o Facebook como canal pago na internet, a tendência é que esse custo seja cada vez maior.

“A postagem de um candidato com menos dinheiro vai atingir menos de 1% dos seus seguidores, enquanto candidatos com muito dinheiro e que já aplicam no Facebook vão poder fazer uma campanha de maior alcance, o que dará uma visão distorcida”, argumenta o professor, que também é membro do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI-Br).

“Muitos eleitores terão a falsa impressão de que aquele candidato é relevante, popular e bem visto quando comparado a outros invisíveis, quando na verdade ele só aparece em sua “timeline” porque pagou para que isso acontecesse e grande parte das suas interações positivas podem ser falsas, produzidas por “chatbots”, isto é, perfis artificiais que simulam conversas e interação”, acrescenta Sivaldo Pereira da

Silva, professor da Universidade de Brasília e coordenador do Centro de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Política (CTPol).

Para Renata Mielli, jornalista e coordenadora do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, a abertura de propaganda privilegia os anúncios em somente uma plataforma, o Facebook, e impede que candidatos optem por outros sites ou canais na internet. “Criar distinção entre esses espaços não é compatível com uma postura mais equilibrada e democrática dentro das regras do jogo eleitoral”, defende.

Mielli acrescenta que há o problema da falta de transparência na disseminação dos conteúdos publicados. “O Facebook seleciona o que as pessoas visualizam na 'timeline' por meio de algoritmos e isso não é transparente. Isso pode gerar uma invisibilidade de candidatos com menos recursos enquanto outros serão privilegiados”, alerta.

Facebook

Entramos em contato com o escritório do Facebook no Brasil. Mas a empresa informou que não dispunha de uma posição oficial sobre a reforma eleitoral.

Fonte: Jonas Valente - Brasília

Notícias RO