

31/07/2018 12:15 - Candidatos às eleições poderão anunciar no Facebook



O Facebook anunciou que os candidatos que desejarem fazer posts patrocinados na rede social, como parte de sua campanha nas eleições de 2018, poderão se cadastrar na plataforma a partir de 31 de julho.

O anúncio foi feito pela rede social durante evento com jornalistas em sua sede em São Paulo - na ocasião, a rede também divulgou novos recursos que pretende trazer para o período do pleito no Brasil.

Depois de uma experiência traumática nas eleições americanas de 2016, quando foi utilizado para disseminar notícias falsas e sofreu influência de agentes ligados ao governo russo, o Facebook está tentando fechar o cerco e evitar problemas na forma como é usado em eleições. Aqui no Brasil, a empresa divulgou que apenas candidatos,

partidos, coligações e seus devidos representantes poderão impulsionar publicações na rede social.

Para isso, será necessário implementar medidas de segurança, como autenticação de dois fatores (como entrar na rede social com ajuda de uma senha e de um dispositivo remoto), enviar documentos de identificação e se comprometer com políticas antifraude. "Queremos que os políticos façam o máximo para não serem hackeados", disse Katie Harbath, diretora global de engajamento com políticos e governos do Facebook.

Além disso, a rede social tentará ser transparente com seus usuários: todas as publicações impulsionadas por políticos serão etiquetadas como "propaganda eleitoral", seguindo as regras do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), a partir do dia 16 de agosto, quando começa oficialmente a campanha eleitoral.

Conscientização

O usuário que desejar também poderá verificar os anúncios que estão ativos ou já foram veiculados na plataforma por meio de uma função chamada Biblioteca de Anúncios. Ela está prevista para entrar no ar no dia 16 de agosto. Nela, será possível pesquisar anúncios relacionados a um candidato, feitos por ele ou por seus opositores, e ver quanto dinheiro foi gasto no impulsionamento da publicação, por quem, e qual foi o público-alvo. A ferramenta manterá no ar por sete anos as informações sobre anúncios que forem veiculados.

Haverá limitações, porém: será possível saber o gênero e a idade dos usuários que receberam conteúdo direcionado, mas não sua faixa salarial ou localização geográfica. "Sabemos que são informações importantes, mas também temos a noção de que afetamos a privacidade dos nossos usuários ao abrir mais dados. Precisamos protegê-la", declarou a executiva, em uma sessão de perguntas e respostas com jornalistas.

Entre os destaques apresentados está uma função chamada em inglês de Town Hall, na qual os usuários poderão ter acesso direto aos seus representantes - sejam eles presentes no Executivo ou no Legislativo. Ainda não há previsão para a chegada da ferramenta ao País, mas a meta é de que ela esteja no ar ainda neste segundo semestre, disse Katie - hoje, apenas os usuários do Facebook nos EUA têm acesso à ferramenta.

Outra ferramenta destacada por ela é a dos Temas, já disponível na plataforma desde junho - presente nas páginas de candidatos, ela permite que os políticos se posicionem a respeito de diversos temas.

Também prevista para chegar ao País é a ferramenta Ballot (cédula, em tradução livre), no qual a posição de diversos candidatos sobre temas específicos é disposta lado a lado. "Nos EUA, sabemos que muita gente se decide nos últimos dias. Ferramentas como essas são importantes na hora do voto", justificou a executiva.

Durante o evento, Harbath também falou sobre as parcerias que o Facebook está fazendo com agências de checagem e veículos de mídia para evitar a disseminação de notícias falsas em sua plataforma. Entre elas, destaque para a colaboração com Aos Fatos, Lupa e AFP, que podem verificar se notícias divulgadas no Facebook são falsas, e para a integração com o Comprova, rede de 24 veículos brasileiros, do qual o jornal O Estado de S. Paulo faz parte, que também checará informações de matérias durante a campanha eleitoral.

Segundo a executiva, porém, o Facebook não terá o papel de remover publicações falsas. "Não achamos que é papel do Facebook decidir o que é verdade ou não", disse. Postura semelhante será adotada com propagandas políticas que não estejam marcadas dessa forma por má-fé dos candidatos. "Nosso papel é fazer relatórios para mostrar como as propagandas são usadas. Caberá às cortes regular

sobre isso."

Fonte: Estadão Conteúdo

Notícias RO