

10/08/2018 09:32 - Facebook abre registro a candidatos e partidos para publicar anúncios



O Facebook abriu o processo de registro para candidatos e partidos que vão divulgar propaganda eleitoral pela plataforma. O cadastro é obrigatório para o concorrente ou legenda que quiser lançar mão deste tipo de publicação paga na rede social durante as eleições. A exigência foi estabelecida pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) em resolução sobre o pleito deste ano.

A inscrição pode ser feita por meio de um formulário específico disponibilizado no site da rede social. Esses anúncios serão identificados nas linhas do tempo dos usuários da plataforma como “propaganda eleitoral”. Aqueles publicados por candidatos vão mostrar o CPF dele, bem como a legenda à qual é filiado. Já os anúncios de partidos vão conter o CNPJ da agremiação.

Segundo a legislação eleitoral, apenas esses dois atores podem impulsionar conteúdos no pleito de outubro. As publicações com essas informações serão disponibilizadas a partir do dia 16 de agosto.

Este será o primeiro ano em que a divulgação deste tipo de anúncio será permitida. Ela foi incluída na legislação eleitoral por meio da lei que ficou conhecida como Minireforma Eleitoral (Lei 13.488/2017), aprovada no ano passado. A norma previu as modalidades de impulsionamento de conteúdo (praticadas pelo Facebook, por exemplo) e de priorização paga de conteúdos em mecanismos de busca (adotada pelo Google, por exemplo).

O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) aprovou uma resolução (23.551/2017) detalhando as regras do pleito eleitoral. A norma estabelece a obrigatoriedade de propaganda eleitoral paga na Internet estar identificada como tal. A criação de selos (como no caso do Facebook) ou outras marcas, portanto, é uma obrigação legal para que as mensagens sejam divulgadas. O TSE também definiu a necessidade das publicações trazerem as informações sobre o candidato ou partido.

Outras ferramentas

Outra ferramenta a ser disponibilizada é a que a empresa está chamando de “biblioteca de anúncios”. Nela, os usuários poderão ver posts pagos relacionados a política, incluindo propaganda eleitoral. Este repositório vai reunir tanto as publicações impulsionadas ativas quanto as que já foram divulgadas, permitindo que o eleitor possa verificar quais são as mensagens difundidas por seu candidato ou por concorrentes.

Este mecanismo tem por objetivo dialogar com preocupações manifestadas por diversos agentes da sociedade civil em eventos sobre internet e eleições acerca dos riscos da publicidade paga no Facebook, o que permitiria segmentar, ou quase personalizar, mensagens dos candidatos. Assim, abriria espaço para que um político falasse algo específico para um determinado público e, para outro grupo segmentado, um conteúdo diferente, ou até mesmo contraditório.

No comunicado emitido pela empresa, também foram anunciadas outras ferramentas já adotadas em processos eleitorais em outros países e que serão aplicadas no Brasil neste ano. Uma delas será a aba “temas”, na qual estarão publicados conteúdos dos candidatos sobre diferentes assuntos, como saúde, educação e segurança.

Além disso, serão enviados lembretes aos eleitores. Em maio, uma mensagem foi encaminhada reiterando o prazo para o registro na Justiça Eleitoral para participar do pleito. Em outros países, como nos Estados Unidos, os lembretes foram usados nos dias de votação. Contudo, este mecanismo também foi alvo de questionamentos, uma vez que seu uso para determinados públicos pode reforçar a participação de eleitores de um determinado candidato em detrimento de outro.

Os usuários também verão um “botão de cidadãos informados” (informed voter button), com link para autoridades eleitorais (como os tribunais eleitorais). Após as eleições, usuários poderão também seguir, localizar e contatar os representantes eleitos. O recurso ganhou o nome Town Hall, termo usado em inglês para designar prefeituras.

