

A feitiçaria digital nas próximas eleições



Por **EUGÊNIO BUCCI***

O maior risco para as eleições de 2026 não está nas alianças políticas tradicionais, mas no poder desregulado das big techs, que, abandonando qualquer pretensão de neutralidade, atuam abertamente como aparelhos de propaganda da extrema-direita global

1.

As especulações sobre a corrida eleitoral de 2026 já comparecem aos jornais. São as interrogações de sempre (só mudam os personagens). Quem será o candidato da direita? A família Bolsonaro vai apoiar ou vai investir no racha? Do lado do governo, qual a extensão dos acordos partidários em prol da reeleição de Lula? Essa aliança terá forças de centro ou vai se restringir ao campo da esquerda?

Por certo, essas perguntas importam e devem ser consideradas. Contudo, o fator que tem mais potencial de impacto não vem merecendo a atenção devida: a tecnologia das plataformas sociais. Como as ferramentas digitais atuarão? E a Inteligência Artificial? Teremos boas normas para regular a batalha nas redes? Teremos fiscalização eficiente ou o jogo sujo vai grassar?

Ainda não há respostas, é claro, mas uma certeza já podemos assumir: a feitiçaria digital terá um peso gigantesco e, sem regramentos, poderá conturbar todo o processo. Poderá mesmo viciá-lo de modo irreversível.

Vejamos o que aconteceu nas eleições da Índia no ano passado. Lá, os eleitores recebiam telefonemas de uma espécie de robô de telemarketing que falava com a voz do candidato, num expediente que se mostrou bastante eficaz. No Brasil vai ser igual? Se vierem vozes das nuvens, elas dirão apenas amenidades? Ou vão distribuir calúnias? E as *deepfakes*?

Se a inércia prevalecer e não houver prevenção, o cenário vai se complicar – o Brasil poderá se converter num laboratório avançado para o que há de pior. Tempos atrás, circulou por aqui, amplamente e muito à vontade, a falsa notícia de que o governo federal mandara distribuir uma mamadeira cujo bico teria o formato do órgão sexual masculino. Não, não foi piada de mau gosto. Aquilo foi um tsunami que varreu boa parte da confiabilidade do debate eleitoral, com prejuízos cívicos incalculáveis.

Desta vez, o que vem pela frente poderá não ter aparência de piada, mas de devastação, e não será surpresa. Desde 2016, quando a *Cambridge Analytica* usou dados pessoais de clientes do Facebook para assediado votantes no Reino Unido e nos Estados Unidos, sabemos que, na era digital, a manipulação prima pela perversidade mais torpe. E hoje as ferramentas são mais poderosas, mais temíveis.

Para complicar as coisas, as chamadas *big techs* mudaram de atitude. Para pior. Antes, elas mantinham uma certa pose de imparcialidade. Agora, chafurdam no partidarismo mais furibundo. Não que Apple, Google, Meta ou Amazon vão sair por aí

a terra é redonda

subindo em palanques. Elas não precisam. Basta que façam vista grossa para o malfeito.

2.

Há três precedentes que confirmam o risco. Primeiro precedente: há dois anos, em maio de 2023, a seção brasileira do Google deixou de lado a boa educação e disparou ataques frontais, em sua página oficial, contra a aprovação do Projeto de Lei 2630 (o PL das *fake news*), que seria votado por aqueles dias na Câmara Federal. De repente, uma empresa estrangeira de comunicação passou a interferir abertamente numa decisão do parlamento brasileiro, e levou a melhor – o PL 2630 foi engavetado.

É verdade que, no final de janeiro de 2024, a Polícia Federal enviou ao ministro Alexandre de Moraes, do Supremo Tribunal Federal, um relatório acusando o Google de “abuso de poder econômico”, mas, passados mais de seis meses da agressão, o mal já tinha sido perpetrado.

Segundo precedente: em janeiro deste ano, após a eleição de Donald Trump, Mark Zuckerberg, dono da Meta – a proprietária do Facebook, o Instagram e o WhatsApp –, vestiu uma camiseta preta, como a dos fascistas da década de 1920, e gravou um pronunciamento prometendo combater no mundo inteiro qualquer tentativa de regulação das plataformas (ele chama a regulação de “censura”).

Mark Zuckerberg abandonou de vez o discurso de que o Facebook seria uma cândida “praça pública”, sem preferências por um lado ou outro, e assumiu o lado das bandeiras de Donald Trump. Falou como um agente internacional do autoritarismo trumpista.

Terceiro precedente: em 2024, Elon Musk, o ser humano mais rico do planeta, dono do X (ex-Twitter), virou cabo eleitoral do obscurantismo. Durante a campanha presidencial nos Estados Unidos, subia no palanque para sortear dinheiro entre eleitores do candidato republicano. Depois, na festa de posse de Donald Trump, foi ao púlpito e fez duas vezes a saudação nazista, na frente das câmeras do mundo inteiro. Para ele, o gesto que simboliza holocausto e totalitarismo é signo de celebração.

As tais *big techs*, que não escondem mais sua preferência por líderes identificados com o trumpismo, são hoje o maior aparelho de propaganda da extrema-direita mundial. Não duvide por um segundo. A depender delas, as feitiçarias virão e, se encontrarem espaço, promoverão danos impensáveis. Os bajuladores digitais de Donald Trump vão tentar presentear-lo com avanços da extrema-direita no Brasil, mesmo sabendo que estrangeiros não podem se intrometer em eleições gerais de um país soberano.

As chances de que tentem fazer do Brasil um laboratório da feitiçaria digital é grande. Que a democracia brasileira siga se cuidando.

***Eugênio Bucci** é professor titular na Escola de Comunicações e Artes da USP. Autor, entre outros livros, de *Incerteza*, um ensaio: como pensamos a ideia que nos desorienta (e orienta o mundo digital) (*Autêntica*). [<https://amzn.to/3SytDKl>]

Publicado originalmente no jornal [O Estado de S. Paulo](#).

A Terra é Redonda existe graças aos nossos leitores e apoiadores.

Ajude-nos a manter esta ideia.

CONTRIBUA