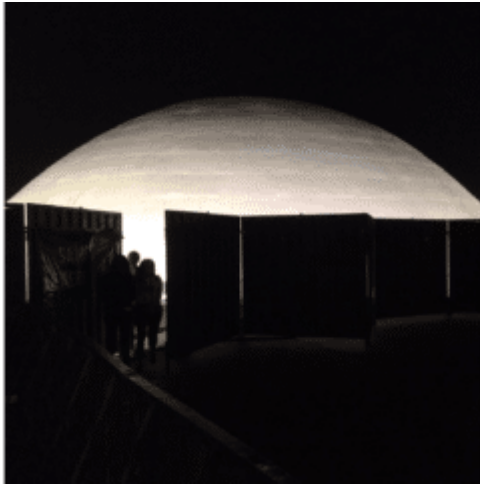


Marketing digital



Por **HELENA MARTINS***

O Brasil está preparado para enfrentar a desinformação nas eleições?

Myanmar, Reino Unido, Índia, Austrália, Estados Unidos, Indonésia, México. A lista, longe de exaustiva, mostra a diversidade de países que têm vivenciado problemas associados à desinformação nas eleições e que, por isso, tornaram-se objetos de políticas específicas por parte do Facebook, corporação dona também do WhatsApp e do Instagram.

Em setembro, esse tipo de interferência foi mais uma vez confirmado por uma ex-cientista de dados do Facebook, Sophie Zhang, que produziu memorando^[i] em que afirmou que perfis falsos estão prejudicando eleições. No documento, que acabou vazando, Zhang colocou em questão a capacidade do Facebook de lidar com a desinformação, especialmente em países que não falam inglês, tanto pela priorização quanto pelo uso de sistemas automatizados que possuem dificuldades para compreender esses contextos.

No Brasil, a desinformação tem sido apontada como problema grave pelas autoridades. Ao assumir a presidência do TSE em maio, o ministro Luís Roberto Barroso revelou^[ii] destacada preocupação com “milícias digitais” e mencionou necessidade de colaboração das plataformas no combate a elas, bem como de apoio ao jornalismo profissional.

Na mesma toada, quando ocupou aquele cargo em 2018, o agora presidente do Supremo Tribunal Federal (STF), ministro Luiz Fux destacou o combate às chamadas fake news. Na cerimônia de posse na presidência do Supremo, ouviu do ex-presidente da Corte, Dias Toffoli, que a abertura do controverso inquérito das fake news foi “a decisão mais difícil” de sua gestão^[iii].

Impasse no TSE quanto à desinformação na campanha de Bolsonaro

Ocorre que há um abismo entre o reconhecimento e a adoção de medidas efetivas. Prova disso é a perpetuação, desde 2018, de processos que se referem à campanha da chapa de Jair Bolsonaro e Hamilton Mourão. Tramitam no TSE ações que pedem sua cassação por possíveis ilegalidades na realização de disparos em massa pelo WhatsApp e também por uso fraudulento de nome e CPF de idosos para registrar chips de celular.

Apesar de ter gerado discussões sobre a validade do resultado e fomentado a instalação de uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito, a chamada CPMI das fake news, a Justiça não tem sido célere. Há um ano o WhatsApp chegou a reconhecer envios maciços de mensagens, mas as ações ainda estão em processo de coleta de provas^[iv]. Também se espera a decisão do ministro Alexandre de Moraes sobre o compartilhamento de provas colhidas no inquérito.

Os argumentos jurídicos são fartos: abuso de poder econômico, uso indevido dos meios de comunicação digital, uso de robôs em campanha eleitoral, falsidade ideológica para propaganda eleitoral e compra irregular de cadastros de usuários. Não há, contudo, previsão de julgamento.

Os processos preocupam Bolsonaro

Em sua “live” no dia 24 de setembro, ao lado do ministro do Meio Ambiente Ricardo Salles e após as críticas às mentiras em seu discurso na ONU, Bolsonaro mostrou uma montagem que circulou na internet com a sua imagem e argumentou ironicamente para seu público que, enquanto esse tipo de conteúdo é liberdade de expressão, “se fosse o contrário seria fake news, passível de cassar o mandato, de prisão etc.”. O presidente acrescentou que “tem processo no TSE para cassar a minha chapa como se eu tivesse sido eleito por *fake news*”.

Sem julgamento apropriado, pouca coisa pode mudar

O julgamento das ações teria sido fundamental tanto para se ter respostas sobre o que efetivamente ocorreu nas eleições de 2018 quanto para que houvessem mais mecanismos de proteção da sociedade do mau uso da internet. É fundamental consolidar o entendimento jurídico sobre temas que serão enfrentados pelos tribunais regionais eleitorais nestas eleições.

Medidas como a que permitiu, desde 2018, o impulsionamento de conteúdos de internet, possibilitam, mediante pagamento, a ampliação do alcance de postagens em redes e a priorização de conteúdos para facilitar sua disponibilização por meio de aplicações de busca na rede.

Tais mecanismos acabam ampliando a desigualdade entre quem pode e quem não pode pagar por eles. Além disso, é por meio do impulsionamento que é feita a segmentação de públicos, uma das táticas utilizadas em campanhas de desinformação e que compromete a transparência do debate público, pois muitos posts ficam visíveis apenas para o público-alvo, contribuindo na criação de bolhas, reforço de visões de mundo e pouca (ou nenhuma) exposição ao contraditório.

Porém, ao invés da revisão dessas regras, vemos a ampliação e profissionalização de empresas de marketing e de plataformas para ofertar “soluções” baseadas em dados, segmentação, recomendação de conteúdos. O que aprofunda distâncias e mina o debate público.

Marketing digital e responsabilização de candidatos

No Portal Eleições 2020 do Google^[v], são apresentadas como “boas práticas de campanha”: anúncio na pesquisa do Google, sendo possível escolher as palavras-chaves relacionadas à campanha para facilitar a oferta para pessoas que busquem temas semelhantes no site. O Google concentra mais de 90% das buscas no mundo. Sugerem ainda a inclusão de propaganda no YouTube, segmentando por público-alvo, palavras-chave, tópicos, canais, perfil demográfico e conteúdo. E ainda o uso de “display”, um tipo de anúncio que é exibido durante a navegação em outros sites.

A utilização de dados para obtenção de informações e produção e envio de conteúdos segmentados virou o carro-chefe dos negócios. No site do Google, é informado que “Dados Trends [tendências de dados] podem oferecer uma lente poderosa naquilo que os usuários estão curiosos a respeito e em como as pessoas ao redor do mundo reagem a acontecimentos importantes”.

Enquanto seguem pendentes de julgamento questões de caráter mais estruturante dos modelos de negócios das plataformas e das campanhas de desinformação, a legislação incorporou dispositivos que penalizam os usuários, como o que prevê pena de dois a oito anos de reclusão para quem, comprovadamente ciente da inocência de um candidato, divulgar uma notícia falsa sobre o mesmo durante as eleições. Também os partidos foram comprometidos.

Nesse sentido, a Resolução do TSE nº 23.610/2019 estendeu ao candidato a responsabilidade por todo o conteúdo que seja veiculado a seu favor, inclusive por terceiros. Presume-se que ele, seu partido ou sua coligação tenham tomado conhecimento do teor e concordado com a divulgação. Isso pode responsabilizá-lo também por disseminação de conteúdo falso, descontextualizado ou calunioso. Para esse diálogo com partidos, o TSE mantém, desde agosto de 2019, o Programa de Enfrentamento à Desinformação com Foco nas Eleições 2020, que também envolve associações de imprensa e outros grupos. O TSE também lançou a campanha “#Euvotosemfake”.

Quanto às plataformas, nas últimas semanas o TSE comemorou parceria com o WhatsApp, que anunciou que criaria

chatbot para denúncias e figurinhas sobre voto consciente^[vi]. Para acionar o chat, Para conversar com o assistente e ficar bem informado sobre cuidados sanitários, dicas ao eleitor, regras do processo, notícias checadas e dados da Justiça Eleitoral, o usuário tem que adicionar o número 06196371078 e entrar em contato^[vii], o que também pode ser feito pelo link wa.me/556196371078. Não foi feita notificação direta para os usuários até agora, portanto eles também terão que tomar conhecimento do mecanismo. Segundo o TSE, a cooperação com o WhatsApp prevê também a criação de um formulário para denunciar contas suspeitas de realizar disparos em massa, conduta proibida pela lei eleitoral e também pelos Termos de Serviço do aplicativo.

Para ampliar o acesso, o TSE oficializou no último dia 29 um acordo com a Conexis Brasil Digital, que representa operadoras de telecomunicações, para garantir que usuários possam acessar conteúdos do site da Justiça Eleitoral sem gastar seu pacote de dados entre setembro e novembro. Essas medidas são importantes, mas absolutamente incapazes de enfrentar a máquina de produção de desinformação.

Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais

A novidade que pode ter maior impacto, do ponto de vista legislativo, é que em setembro deste ano passou a vigorar a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). A lei já era referida na resolução do TSE sobre propaganda, que menciona que esta pode ser feita por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, pelo partido político ou pela coligação, observadas as disposições da LGPD quanto ao consentimento do titular. Mas sua vigência inaugura novo período de afirmação da proteção de dados como direito. Seguindo a regra, práticas bastante comuns como a reunião de contatos e o disparo de propaganda ficam vedadas.

Restam dúvidas, porém, quanto à capacidade das instituições internalizarem rapidamente os dispositivos da lei e desenvolverem uma postura proativa na fiscalização da propaganda na internet. Na pré-campanha, casos de uso de dados, impulsionamento por perfis de apoiadores e desinformação já vieram à tona.

Estarão as autoridades preparadas para, nos milhares de municípios brasileiros, enfrentar de forma efetiva a desinformação? Pelo visto nos últimos dois anos, a resposta não tende a ser animadora, até porque falamos de uma eleição mais capilarizada e de tribunais mais diversos e dispersos.

***Helena Martins** é jornalista e professora da Universidade Federal do Ceará (UFC).

Publicado originalmente no [Observatório das Eleições 2020](#) do Instituto da Democracia e Democratização da Comunicação (INCT/IDDC).

Notas

^[i]
<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/bbc/2020/09/16/tenho-sangue-nas-maos-a-ex-funcionaria-do-facebook-que-denuncia-responsabilidade-da-rede-em-campanhas-de-manipulacao.htm>

^[ii]
<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/05/25/barroso-assume-tse-e-cobra-atencao-a-milicias-digitais-nas-eleicoes.htm>

^[iii]
<https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2020-09/abrir-inquerito-das-fake-news-foi-decisao-mais-dificil-di-z-toffoli>

^[iv]
<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/06/entenda-uma-a-uma-as-acusacoes-contr-a-chapa-bolsonaro-mou-rao-no-tse.shtml>

^[v] <https://sites.google.com/view/site-eleicoes-2020/home?authuser=1>

^[vi]

https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/09/acordo-entre-whatsapp-e-tse-vai-prever-chat-de-denuncias-e-figurinhas-sobre-voto-consciente.shtml?utm_source=newsletter&origin=folha

^[vii] <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Setembro/conheca-o-2018tira-duvidas-no-whatsapp2019-as-sistente-virtual-da-justica-eleitoral>

A Terra é Redonda