

A guerra podre eleitoral está por vir com a propaganda paga na Internet e as fakenews

A guerra podre eleitoral está por vir com a propaganda paga na Internet

A Internet sempre foi o maior receita dos políticos de carreira. Em um cenário onde muitos tem a máquina, dinheiro, ou dominam algum meio de comunicação em massa como rádio, concessões ou afiliadas de TVs, liberar a rede para propaganda eleitoral era um perigo, considerando que não se sabe como os candidatos “sem condições” conseguiriam se projetar.

A campanha de OBAMA em 2008 e a da sua reeleição mostraram o poder do uso correto da Internet, de técnicas de otimização para os sites (SEO) a postagens recorrentes em horários estratégicos, passado por crowdfunding e pela presença em outras mídias pouco exploradas pela concorrência. Chegou-se a um resultado onde o mapa eleitoral se equivalia à curtidas e crescimento dos ativos digitais.

Em 2008, a primeira resolução que permitia a propaganda na internet era extremamente limitada e só permitia a propaganda via “sites”. Em 2009 a Lei eleitoral era alterada para permitir a internet como plataforma de propaganda de propaganda eleitoral. De lá para cá em todas as reformas eleitorais, um ponto nunca fora alterado: Não se poderia por dinheiro na Internet.

Na Internet era proibida qualquer tipo de propaganda eleitoral paga. E isso se justificava pois se na Internet fosse permitido “colocar dinheiro”, ela se equipararia à meios tradicionais, onde poucos tem acesso pleno (como revistas, jornais, etc.), mais uma vez se tornando uma forma de propaganda que privilegia alguns em detrimento da maioria dos

candidatos. Tudo mudou.

A reforma trazida pela Lei 13.488/2017 que alterou a Lei das Eleições liberou o impulsionamento de conteúdos contratados diretamente (e não via agências de marketing) com os provedores de aplicação de Internet, como Facebook, Instagram, etc, desde que com sede e foro no País.

Não bastasse, equiparou, para fins de impulsionamento, a priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de busca na Internet. Ou seja, está liberado pagar para “ser bem ranqueado” no Google (adwords) e outros buscadores. O cidadão está preparado para lidar com esta propaganda?

Quebra-se a isonomia e mais uma vez, quem tem mais irá aparecer em destaque, só que desta vez, não no rádio, TV, jornal ou nas ruas, mas na Internet. Mas não é só isso. Embora os gastos com impulsionamento sejam considerados gastos de campanha, sabe-se que existem formas de se impulsionar sem que necessariamente se tenha gastos. Estes meios “não oficiais” embora vedados pelo TSE, não encontram amparo investigativo e certamente serão utilizados para viralização de conteúdos e criação de caixas de ressonância, com destaque para os chatbots e botsprofiles, que são contratados a partir de outras aplicações que se conectam às redes sociais.

E não é só. A partir do primeiro dia de propaganda seremos bombardeados com posts pagos e impulsionados que terão a expressão “propaganda eleitoral”, mas em meio a um mar de propaganda patrocinada e impulsionada, quem garantirá que terceiros não impulsionem propagandas negativas disfarçadas? Ou mesmo quem garantirá quem estará na frente de quem nas buscas? Mais uma vez estamos falando dos algoritmos das redes sociais. Eles são honestos? Ou os mais habilidosos em palavras chave e otimização de campanhas se destacarão?

Já se pode imaginar, por exemplo, o impulsionamento e patrocínio de postagens a partir de palavras chave envolvendo

o concorrente, ou mesmo de palavras negativas. Como reagir a isto na celeridade de um pleito eleitoral? A guerra podre da propaganda paga na Internet vai começar. Aos candidatos e comitês caberá monitorar as redes, reportar e representar ofensas, mas principalmente, em determinados casos, realizar judicialmente a quebra de sigilo e a busca de informações sobre os impulsionamentos e suas configurações, de modo a constatar se existe ou não alguma prática considerada abusiva ou impulsionamentos por meios não autorizados. Resta saber se o TSE, comitês e principalmente, provedores de aplicações, estão preparados para absorver estas demandas, impedindo que a internet seja usada para manipular a decisão de milhões de eleitores.