

DENISE ROTHENBURG
deniserothenburg.df@dabr.com.br

A linha de Lula

A campanha do ex-presidente vai aproveitar o embalo do pedido da campanha de Bolsonaro sobre as inserções para reforçar o discurso de que o ministro da Economia, Paulo Guedes, prepara “maldades” contra os trabalhadores. A ordem, agora, é só falar de economia, imposto de renda e aposentados.

Te cuida, Xandão

O fato de Alexandre de Moraes ter dobrado a aposta contra o pedido da campanha de Bolsonaro, jogando o caso para dentro do inquérito das milícias digitais no STF, acirrou a nova bancada bolsonarista no Senado. Após as eleições, a pressão para fazer tramitar o impeachment do ministro vai crescer. Seja quem for o presidente eleito.

Alhos e bugalhos

No TSE, há quem diga que o documento entregue à Corte não separou o que foi divulgado em streaming (canal de rádio na internet) e na concessão, ou seja, na frequência radiofônica. Na web, não há obrigatoriedade de veiculação das inserções. Nas rádios, sim.

Terreno preparado e cercado

A decisão do presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), Alexandre de Moraes, de rejeitar a petição da campanha do presidente-candidato Jair Bolsonaro (PL) sobre as inserções e, de quebra, ameaçar quem pede a investigação, vai fermentar o terceiro turno das eleições. A intenção da campanha é ir a todas as instâncias para cobrar que a Justiça Eleitoral investigue se, realmente, houve favorecimento à campanha do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT). Na seara do Judiciário, espera-se

uma chuva de recursos.

Os militares, porém, não aceitam nada que resvale para fora das “quatro linhas da Constituição”. Ninguém quer saber de adiamento das eleições ou coisa que o valha. Daí, o fato de o presidente dizer que ganhará no domingo quem tiver mais voto na urna (ah!, e urna eletrônica). Até aqui, venceu a cautela e a atuação dentro das regras do jogo. O país e o mercado agradecem.



CURTIDAS

Paulo Guedes/PR



PG na defesa/ Paulo Guedes (foto) está rouco de tanto dizer que não irá rever direitos trabalhistas. Em Belo Horizonte, ao conversar com empresários, afirmou com todas as letras sobre o vazamento de um documento do ministério, que chegou a ser estudado, mas nunca foi levado avante: “Tem pica-pau nessa arca”.

Presença da Justiça/ A presença do ministro da Justiça, Anderson Torres, ao lado de Bolsonaro na coletiva, e o chamamento dos militares ao Planalto, foi vista como uma perspectiva de tensão institucional depois das eleições. Independentemente de quem vencer.

Cadê o respeito à democracia? /

Duas mulheres, na faixa de 40 e poucos anos, caminhavam no Eixão como fazem todos os domingos. A diferença é que, no último, houve manifestação pró-Lula. Quando voltavam para casa, atravessando o eixinho, passou um carro com adesivos de Bolsonaro com duas mulheres e dois homens. O motorista reduziu a marcha e os ocupantes do veículo gritaram “petistas, maconheiras, prostitutas”. Detalhe: elas não tinham adesivos na roupa ou algo que as identificasse como eleitoras de Lula. E se fossem, não dá o direito a ninguém de desrespeitá-las. Isso tem que acabar.

Por falar em Lula.../ A entrevista de Lula à Rádio Clube FM e ao *CB.Poder* é hoje, às 8h. Acompanhe também nas redes do *Correio*. E, amanhã, sai no impresso deste mesmo *Correio*.

» Entrevista | ARTHUR ITUASSU | PROFESSOR DE COMUNICAÇÃO POLÍTICA DA PUC-RJ

Para o pesquisador, sociedade e instituições de Estado terão de discutir formatos de impedir que as fake news cheguem ao ponto de definir o resultado de uma eleição. Sistema de desinformação aperfeiçoou-se e profissionalizou-se de 2018 para cá

Um freio ao avanço das mentiras

» TAÍSA MEDEIROS

A mentira e a desinformação tornaram-se poderosas armas das campanhas eleitorais, que passaram a ser trabalhadas de forma estruturada e profissionalmente. É esse o cenário estudado pelo professor de Comunicação Política da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) Arthur Ituassu. Para ele, a sociedade, as instituições de Estado precisarão debater de que maneira se prevenirão contra a disseminação dos truques sujos que inundam as redes sociais, dentro e fora dos períodos eleitorais. Confira, a seguir, os principais trechos da entrevista concedida ao *Correio*.

A se avaliar a atual campanha presidencial, a distribuição de mentiras pelas redes sociais, durante o processo eleitoral, não apenas veio para ficar, mas, sobretudo, para determinar o resultado de um pleito. Isso é um risco para o processo democrático, mas as campanhas não parecem dispostas a abrir mão de recursos sujos. O que se pode fazer então?

As fake news se tornaram um recurso das campanhas. Penso se vou ou não utilizar; como vou utilizar, em que momento; em que contexto isso me favorece ou desfavorece. Entrevistamos 35 profissionais de campanha digital no Brasil, que trabalham em vários partidos; 53% disseram que usam e pensam as fake news como um recurso que se tem à mão.

Weiler Finamore



Como é feito o cálculo de risco das vantagens e desvantagens do uso da fake news?

Prepara-se algo que é estrategicamente verídico. Não pode ser qualquer fake news. Tem elementos: eu trabalho com uma meia verdade ou trabalho com uma verdade primeiro, jogo uma meia verdade, e depois vou onde quero. Se eu disser que Sergio Moro vai se casar com Lula, ninguém vai acreditar. Tenho que dizer algo que as pessoas vão acreditar ou que determinado público vai acreditar. E vou ter que colocar recursos nisso: a equipe vai ter que parar para pensar e produzir uma fake news. Depois, vai ter que disseminar, e ainda corre o

risco de ter consequências hoje — essa é a diferença brutal de 2018 para cá. Em 2018, foi ao deus-dará — quem fez, fez como quis e não teve consequência nenhuma.

Como avalia a atuação do Tribunal Superior Eleitoral (TSE)? Dias atrás, a presidente do PT, deputada Gleisi Hoffman (PR), disse que a Corte estava “enxugando gelo”. Compartilha dessa impressão?

O TSE está tentando, mas há dificuldade na organização institucional, de ter que lidar com algo para o qual não está preparado. Não há critérios. Não pode uma só pessoa decidir o que é verdade e o que é mentira.

É uma centralização de poder enorme. Existem dimensões do problema, e uma delas é o ataque ao procedimento da democracia, é o discurso antidemocrático. Esse, para mim, é onde a gente deveria focar todas as forças. Que tenha uma legitimidade institucional para você coibir draconianamente — e vai ser preciso fazer isso, senão a democracia vai estar o tempo todo tensionada. A mentira sempre fez parte (das eleições), mas são diferentes a campanha negativa e o discurso antidemocrático. A gente vê uma instituição (TSE) que está demonstrando uma excelente vontade de tentar amenizar os problemas, mas de forma destrambelhada.



A mentira sempre fez parte (das eleições), mas são diferentes a campanha negativa e o discurso antidemocrático. A gente vê uma instituição (TSE) que está demonstrando uma excelente vontade de tentar amenizar os problemas

As fake news vêm sendo utilizadas de forma altamente profissional para gerar o maior dano possível. Assim, de que forma induzem o eleitor?

Esse tipo de análise sobre as fake news coloca o eleitorado numa posição como se fosse passivo, submisso. Não é assim. Quem vai acreditar é quem já está naquele plano ideológico. Entra na dimensão do engajamento, da mobilização, do ataque. Mas não é aquela visão que a gente tem de que vai impactar diretamente no voto. Se isso acontece, é muito pouco.

As redes sociais tornaram-se um risco para as democracias?

Há certo tensionamento com

as instituições tradicionais dos regimes democráticos do Brasil e na América Latina.

Mas uma boa estratégia de redes sociais requer tempo para que se veja um resultado. Isso já foi compreendido pelas campanhas?

O que acontece nas mídias digitais é que você tem que ter um investimento de anos em utilização constante daquela ferramenta. Por exemplo: Ciro Gomes, de repente, vem na campanha eleitoral com uma linguagem toda nova, que ninguém nunca tinha visto. Aquilo não faz barulho, foi até ridicularizado de tão falso. Porque, na verdade, você constrói um posicionamento nas mídias sociais de anos. Quando Jair Bolsonaro (PL) chega, em 2018, ele já tem um posicionamento que constrói desde 2010.

A campanha presidencial do ex-presidente Donald Trump e a atuação da Cambridge Analytica no plebiscito do Brexit são casos de sucesso de manipulação do ambiente das redes. Isso continuará sendo um monopólio da direita ou a esquerda já criou a própria expertise?

Não só a direita como os novos atores do cenário político. É isso que está acontecendo na América Latina toda. São esses novos atores, que são mais adeptos ao ambiente da mídia digital, que estão ganhando força em todos os lugares. Nayib Bukele, eleito presidente em 2019 em El Salvador, rompeu com 30 anos de governos tradicionais no país. Casos assim ocorreram nas eleições da Colômbia e do Chile.