

VISÃO DO CORREIO

Isonomia é condição para a eleição democrática

A cinco dias do fim de uma eleição marcada, em seu primeiro turno, pela menor diferença de votos entre os dois presidencialíveis melhor colocados, o país não precisa que a falta de isonomia — ou sensação dela — contamine o direito fundamental de escolha da autoridade máxima do Executivo. Não bastasse a pobreza do debate, o reconhecimento pela Meta de que há diferença no impulsionamento dos candidatos no ambiente digital empurra o segundo turno para um cenário de pouca transparência, desfecho que tensiona a premissa de que o pleito precisa ser democrático.

Responsável pelo Facebook, Instagram e WhatsApp, a Meta admitiu, na sexta-feira, que foram comprometidas a produção e a divulgação de conteúdos relacionados a Luiz Inácio Lula da Silva nas redes sociais. Atribui a situação a “incidentes técnicos” já corrigidos e, também em nota, negou que atue para interferir na eleição. O roteiro dos fatos, porém, permite leitura contrária, levando, inclusive, a equipe do petista a recorrer à Justiça. A de Flávio fez o mesmo em seguida.

A ONG CTRL+Z documenta relatos de remoções, banimentos e restrições de conteúdos eleitorais nas redes da Meta desde o início da eleição. São mais de mil casos mapeados até então. Entre os mais recentes, a queixa de que a ferramenta de inteligência artificial não cria imagens favoráveis a Lula, só para Flávio. A campanha do bolsonarista, por sua vez, alega que há impulsionamento de anúncios com teor negativo contra ele.

Por unanimidade, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) manteve, na sexta-feira, decisão do ministro Marco Aurélio Bellizze Oliveira determinando que a Meta não interfira na distribuição de conteúdo eleitoral. Vence hoje o prazo para que a big tech prove que cumpriu a determinação da Corte, sob o risco de multa diária de até R\$ 1 milhão. Provocada, a Justiça Eleitoral deu respostas. Mas não são suficientes para garantir a isonomia.

Especialistas têm alertado que a falta de

transparência sobre o funcionamento dos algoritmos coloca em xeque a isenção das big techs nos processos eleitorais do Brasil e do resto do mundo. “Não existe, até hoje, um mecanismo que nos permita ter uma avaliação mais criteriosa, uma auditoria desses algoritmos. A gente não consegue determinar se existe um impulsionamento em detrimento de um ou de outro candidato”, disse ao **Correio** Laerte Peotta de Mello. Na avaliação do professor da Universidade de Brasília (UnB), com essa configuração, as redes sociais podem ter peso decisivo no resultado de uma eleição.

Nesse sentido, não se pode perder de vista o caso da Cambridge Analytica, que trabalhou para a campanha de Donald Trump em 2016. A assessoria britânica coletou informações privadas de 87 milhões de usuários do Facebook sem autorização e os utilizou para o direcionamento de publicidade política adaptada. O caso parou nos tribunais, a empresa foi condenada, e Trump chegou, pela primeira vez, à Casa Branca.

Passados 10 anos, não é exagero afirmar que, ao mesmo tempo em que as redes sociais se adentraram no cotidiano das pessoas, a obtusidade dos algoritmos se sofisticou. O termo é utilizado pelo professor de comunicação política da PUC-Rio Arthur Ituassu para descrever a pouca transparência com que plataformas criam algoritmos e, dessa forma, interferem em disputas eleitorais. Ao **Correio**, o especialista chamou atenção para outra questão que torna a situação ainda mais complexa: dinheiro público pode estar sendo usado pelas big techs para colocar essas estratégias em prática.

Imaginar que as gigantes de tecnologia deixarão de mediar a comunicação em contextos políticos é ingenuidade, mas há de se amadurecer o enfrentamento à questão. Estabelecer marcos legais sólidos, exigir comprometimento de candidatos com os preceitos da democracia e investir na educação de eleitores para escapar das armadilhas digitais são exemplos de ações desejadas.



» Sr. Redator

- » Cartas ao Sr. Redator devem ter, no máximo, 10 linhas e incluir nome e endereço completo, fotocópia de identidade e telefone para contato.
» **E-mail:** sredat.df@dabr.com.br. O **Correio** reserva-se o direito de resumir os textos enviados.

Debate 1

Simplemente vergonhoso e constrangedor o debate dos dois candidatos à Presidência do nosso país sem rumo! Como bem disse um amigo meu, era “a metamorfose ambulante (Lula) discutindo com o maluco beleza (Flávio)”. Mais ridículo ainda foram as gaiatices de Flávio Bolsonaro, fazendo trejeitos e caretas atrás de Lula, personificando o verdadeiro “papagaio de pirata”.

» **Paulo Molina Prates**

Asa Norte

Debate 2

O vitorioso no debate foi Flávio Bolsonaro. De fato, propostas faltaram, mas, sendo coerente e justo, o Lula vive de passado, promessas e promessas, sempre falando que vai fazer no próximo mandato o que já deveria ter feito no atual. Esse “pacote de bondades” na reta final da campanha é uma tapa na cara dos brasileiros e das regras fiscais, em especial a Lei de Responsabilidade Fiscal, pois esses gastos sequer estão no Orçamento. Lula é um produto que já venceu há muito tempo. O Flávio Bolsonaro, talvez, não seja o melhor que poderíamos ter, mas é o novo e merece uma chance de poder chegar lá e fazer algo diferente. Só iremos saber se ele for eleito e governar.

» **Wilson Paiva Neto**

Ceará

Debate 3

O debate escancarou um contraste incômodo na política brasileira, no qual a provocação deliberada se sobrepôs à discussão séria. Com um comportamento infantil e apelativo, Flávio Bolsonaro adotou o figurino de Pablo Marçal, apostando na desestabilização do adversário para tirar o interlocutor do eixo e forçar um descontrole. O candidato reduziu o espaço democrático a um espetáculo de ironia e deboche, esquivando-se de respostas objetivas e recorrendo a alegações duvidosas em vez de encarar os reais problemas da população. Lula manteve sua postura habitual: apresentou-se com a intenção clara de debater projetos e expor propostas, deixando evidente que a degradação do debate público foi provocada pela extrema-direita. Diante desse cenário, torna-se impossível estabelecer uma falsa equivalência entre quem busca o diálogo institucional e quem aposta no caos como tática política.

» **Gilberto Pereira Tiriba**

Embaré (SP)

» correio braziliense.com.br

ARTIGO

No artigo *O dinheiro da educação precisa chegar à aprendizagem*, o professor Hélio Laranjeira escreve sobre a necessidade de políticas educacionais chegarem ao estudantes, o que demanda,segundo ele, trabalho, avaliação e continuidade. Confira no site do **Correio**

Editora: Carmen Souza // carmensouza.df@dabr.com.br
opiniao.df@dabr.com.br || **3214-1157**

Desabafos

» Pode até não mudar a situação, mas altera sua disposição

O sistema está entrando em pane com inúmeros acidentes de motos. Corpo de Bombeiros e sistema de saúde estão sobrecarregados, a população enfrenta congestionamentos diários, além da saúde e vidas dos motociclistas em risco.

Marcos G. Figueira — Sudoeste

Sete em cada 10 brasileiros querem um carro eletrificado, mostra pesquisa. Não ter que pagar IPVA nem gasolina batizada pelo governo já são motivos suficientes para isso.

Gustavo Ribas — Brasília

A água na altura do joelho em 26 de Setembro, e os candidatos dizendo que estão preocupados com a apor que estamos cansados?

Mário Fonseca — Brasília

Benito di Paula é um dos maiores que já tivemos. O samba e toda a cultura popular brasileira estão de luto!

Marcelo Ferrari — Brasília

Professores

Por ocasião de seu dia, 15 de outubro, o professor merece o respeito da sociedade brasileira. Sem priorizar a educação, o país não prospera. A qualidade do ensino está diretamente relacionada à sua educação. Professor ativo e eficiente, quando em sala de aula, deve ter a clareza de integrar a disciplina que leciona com outras disciplinas afins. O conhecimento é um todo, interligado e relacionado. Governos precisam entender e dar valor ao fato de que nação sem enfatizar a educação como motor na retirada do subdesenvolvimento. Sair dessa situação, deriva para uma condição de bem estar e qualidade de vida do cidadão. Salve o professor, no seu dia, e comemorá-lo é sinal de desenvolvimento.

» **Enedino Corrêa da Silva**

Asa Sul



Aponte a câmera e confira o vídeo na íntegra

CORREIO BRAZILIENSE

“Na quarta parte nova os campos ara
E se mais mundo houvera, lá chegara”
Camões, e, VII e 14

GUILHERME AUGUSTO MACHADO
Presidente

Leonardo Guilherme Lourenço Moisés
Vice-Presidente executivo

Ana Dubeux
Diretora de Redação

VENDA AVULSA			ASSINATURAS* SEG a DOM R\$ 1.187,88
Localidade	SEG/SÁB	DOM	
DF/GO	R\$ 5,00	R\$ 7,00	360 EDIÇÕES (promocional)
Assine (61) 3342.1000 – Opção 01 ou (61) 99966.6772 Whatsapp			
*Preços válidos para o Distrito Federal e entorno. Consulte a Central de Relacionamento (3342-1000) ou (61) 99158.8045 Whatsapp, para mais informações sobre preços e entregas em outras localidades, assim como outras modalidades e formas de pagamento. Assinaturas com forma de pagamento em empenho terão valores diferenciados. Aquisição de assinaturas para atendimento de demanda de licitação é sob consulta. Preços válidos para até 10 (dez) assinaturas por CPF ou CNPJ.			
Anuncie Publicidade: (61) 3214.1339 ou (61) 99555.2585 Whatsapp Publicidade legal: (61) 3214.1245 ou (61) 98169.9999 Whatsapp Classificados: (61) 3342.1000 ou (61) 98169.9999 Whatsapp			

S.A. CORREIO BRAZILIENSE – Administração, Redação e Oficinas Edifício Edison Varela, Setor de Indústrias Gráficas - Quadra 2, nº 340 - CEP 70610-901. Rede Interna: 3214.1078 - Redação: (61) 3214.1100; Comercial: (61) 3214.1339 ou (61) 99555.2585 Whatsapp.



Endereço na Internet: <http://www.correioweb.com.br>
Os serviços noticiosos e fotográficos são fornecidos pela AFP, Agência Estado e D.A Press. Tel: (61) 3214-1131

DIÁRIOS ASSOCIADOS **DA**

D.A Press Multimídia
Atendimento pessoalmente para pesquisa em jornais e cópias:
SIG Quadra 2, nº 340, bloco 1, Subsolo – CEP: 70610-901 – Brasília – DF;
de segunda a sexta, das 9h às 18h.
Telefones: (61) 3214.1575 / 1582 / 1568.
E-mail: dapress@dabr.com.br Site: www.dapress.com.br

Atendimento para venda de conteúdo:
Por e-mail, telefone ou pessoalmente: de segunda a sexta, das 9h às 22h/
sábados, das 14h às 21h / domingos e feriados, das 15h às 22h.
Telefones: (61) 3214.1575 / 1582 / 1568.
E-mail: dapress@dabr.com.br Site: www.dapress.com.br