

Política



APOIO DE ALEXANDRE SILVEIRA
Filho de ministro do TCU ganha vaga no CCEE



Mandato de Vita Neto de 4 Anos: família tem boa relação com ministro de Minas e Energia

DA BUSCA AO YOUTUBE

Após decisão do TSE, Google proíbe anúncios políticos e mexe em mercado de R\$ 127 milhões

sonar
A ESCUTA DAS REDES

GUILHERME CANTANO
E NICOLAS DORI
publica@oglobo.com.br

O Google anunciou que vai proibir, a partir de maio, a veiculação de anúncios políticos no Brasil nos serviços da empresa, como buscador e YouTube. A decisão ocorre após o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) atualizar as regras para impulsionamento de propaganda. Na avaliação de especialistas, a decisão expõe a indisposição de plataformas digitais com a moderação de conteúdo e, assim, evitar responsabilização. Há incerteza, no entanto, sobre o impacto no mercado de anúncios eleitorais no país com tal medida.

A resolução 23.732, aprovada pela Corte em fevereiro, traz uma definição de "conteúdo político-eleitoral" considerada ampla demais pelo Google. Para o TSE, esse tipo de propaganda é toda aquela que "versar sobre eleições, partidos políticos, federações e coligações, cargos eletivos, pessoas detentoras de cargos eletivos, pessoas candidatas, propostas de governo, projetos de lei, exercício de direito ao voto e de outros direitos políticos ou matérias relacionadas ao processo eleitoral".

O Google avalia que seria inviável moderar tantos anúncios numa eleição que ocorrerá em mais de 5 mil municípios. Também teme que a amplitude do conceito traga insegurança para a moderação.

HISTÓRICO DE GASTOS

Em 2020, ano em que as eleições foram marcadas pelo curto período de campanha e pelas restrições impostas pela pandemia, os candidatos gastaram R\$ 36 milhões em impulsionamento de conteúdos na internet, segundo dados levantados pelo CLOBO. Os maiores valores foram gastos com três empresas: Facebook, que também administra o Instagram; Adyen, fintech responsável pelo

sistema de pagamentos da plataforma, e o Google.

Já em 2022, políticos gastaram quase R\$ 127 milhões com publicidade apenas no Google, segundo relatório da própria empresa. Foram 53.482 anúncios veiculados nas plataformas da big tech entre o início daquele ano e a data do segundo turno da eleição presidencial. A campanha do ex-presidente Jair Bolsonaro foi a que mais gastou (R\$ 28,7 milhões), seguida pela de Lula, que desembolsou R\$ 22,8 milhões no Google e YouTube.

Para Bruna Santos, gerente de campanhas globais na Digital Action e integrante da Coalizão Direitos na Rede, o gesto do Google aponta para a incapacidade das plataformas digitais de promover "uma espécie de compliance não só com a norma do TSE, mas com o que elas prometem".

É um movimento que já vimos com o Twitter, anos atrás (de proibir anúncios políticos), para justamente evitar responsabilização, multas ou decisões judiciais contrárias à empresa, por ela não ser capaz de realizar uma moderação de conteúdo eleitoral e de maneira célere como o próprio TSE exige na nova resolução — diz ela.

A Justiça Eleitoral exige que as plataformas mantenham um repositório dos anúncios "para acompanhamento, em tempo real, do conteúdo, dos valores, dos responsáveis pelo pagamento e das características dos grupos populacionais que compõem a audiência (perfilamento) da publicidade contratada".

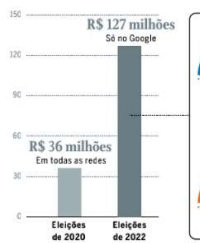
As empresas também devem disponibilizar uma ferramenta de consulta, que permita realizar buscas nos dados do repositório a partir de palavras-chave e nome dos anunciantes, por exemplo. O Tribunal também proíbe a priorização paga de conteúdo que promova propaganda negativa (de outros candidatos) ou "difunda dados falsos, notícias fraudulentas ou fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados".

A decisão do Google, que valerá a partir de maio, foi anteci-



Avaliação. Resolução do TSE sobre impulsionamento de propaganda foi considerada ampla demais pelo Google

IMPULSIONAMENTO DE CONTEÚDO



Em 2022, por exemplo, Lula impulsionou um vídeo de uma página com o título "A inocência de Lula".

Como funciona o impulsionamento

A exibição dos anúncios é priorizada nas buscas do site, nas primeiras colocações ou em banners. O serviço não se restringe apenas ao buscador, mas também se expande para outros produtos da empresa, como YouTube, Gmail e Google Maps.



Já Bolsonaro promoveu vídeo em que ex-ministro Paulo Guedes responde "O que será feito pelo povo mais vulnerável?".



Nos estados O Google também foi uma das plataformas mais usadas nos estados. No Rio, Cláudio Castro gastou R\$ 174 mil no Google, ante R\$ 80 mil no Facebook.

O impulsionamento também gerou polêmicas. Em São Paulo, o TSE multou Tarcísio de Freitas (Republicanos) por impulsionar anúncio negando a vacina contra Rodrigo Garcia (PSDB).

pada pelo site Poder360 e confirmada pelo CLOBO. A iniciativa se refere ao Google Ads, plataforma que prioriza o conteúdo exibido nas buscas do site, nas primeiras colocações ou em banners. O serviço não se restringe apenas ao buscador, mas também se expande para outros produtos da empresa, como YouTube, Gmail e Google Maps. A ferramenta costuma ser usada por candidatos, mas, nas eleições de 2020, anúncios políticos na Meta (donada Facebook e Instagram) ficaram à frente da concorrente. Dos R\$ 36 milhões gastos com impulsionamento, R\$ 31,7 milhões foram arrecadados pela empresa de Mark Zuckerberg.

Alexandre Rollo, doutor em Direito pela FUC-SP, não vê tanto impacto para o mercado dos anúncios:

—O Google entendeu talvez que seria mais caro cumprir todos os requisitos da resolução do que acabar com o Google Ads para as eleições. Não vejo maior impacto, porque vai continuar tendo impulsionamento em outras modalidades, como no Facebook e no Instagram — afirma Rollo.

CAMPANHA DESIGUAL

Já o marqueteiro Renato Pereira avalia que a medida pode ampliar a desigualdade entre candidatos. Segundo ele, os candidatos à reeleição ou nomes apoiados por chefes de executivo costumam levar vantagem, porque têm mais recursos para anunciar na TV, no rádio e na internet.

—Bloquear o YouTube e o Google vai favorecer ainda mais quem está no poder.

Já para o marqueteiro Paulo Vasconcelos, que trabalha com o governador do Rio Cláudio Castro (PL), e que neste ano deve atuar na campanha de Fuad Noman (PSD) em Belo Horizonte, a decisão do Google é uma interferência no processo eleitoral e vai "matar muitas pré-campanhas".

—A proibição ao impulsionamento vai prejudicar candidatos que têm na internet a chance de conseguirem chegar à eleição já um pouco mais conhecidos.

Projeto sobre IA prevê órgão regulador e punições

Texto preliminar, apresentado ontem pelo relator em comissão do Senado, diz que multas por uso irregular podem chegar a R\$ 50 milhões

LACERTEIRO POMPEU
lucerio.pompeu@senado.gov.br

O senador Eduardo Gomes (PL-TO) apresentou ontem o relatório preliminar do projeto que regulamenta o uso da Inteligência Artificial (IA). O texto foi divulgado na sessão da comissão do Senado que analisa a iniciativa. O relatório prevê a criação do Sistema Nacional de Regulação e Gover-

nança de Inteligência Artificial, um comitê que reunirá representantes das agências reguladoras, órgãos estatais de regulação setorial, entidades de regulação de IA e do Conselho Administrativo de Defesa e Consciência (Cade).

O relator não definiu quem irá coordenar o sistema e sugeriu ao Poder Executivo indicar a autoridade competente. —Precisa de uma coordena-

ção. Por isso estamos propondo o Sistema Nacional de Regulação e Governança de Inteligência Artificial, que tem por objetivo criar um sistema regulatório coordenado por autoridade competente, a ser designada pelo Poder Executivo. De acordo com o relator, a medida visa não concentrar o poder em único órgão.

Caso haja o uso irregular da Inteligência Artificial, pode

haver punições como advertência, multa de até R\$ 50 milhões por infração e suspensão ou proibição do "desenvolvimento, fornecimento ou operação do sistema de IA".

O ministro da Secretaria de Relações Institucionais, Alexandre Padilha, participou da sessão e elogiou o relator.

—O fato do nosso relator Eduardo Gomes ter sido líder do governo anterior mostra

que esse tema não separa governo de oposição.

Para usar a tecnologia, segundo o relatório, há critérios como "demonstrar por meio de testes e análises adequados, a identificação, a redução e a mitigação dos riscos razoavelmente previsíveis para os direitos fundamentais".

O projeto é de autoria do presidente do Senado, Rodrigo Pacheco (PSD-MG). Inici-

almente, a comissão acabaria no final deste mês, mas o funcionamento dela foi prorrogado para dia 23 de maio.

O texto também define que "todo sistema de IA passará por avaliação preliminar realizada pelo fornecedor para classificação de seu grau de risco". Os conteúdos podem ser de "risco excessivo" ou, em casos mais graves, de "alto risco".

A ideia é que agora Gomes analise emendas e faça mudanças no parecer. O senador tenta buscar um acordo para fazer com que o projeto já saia da comissão com o consenso para ser aprovado pelo plenário da Casa logo em seguida.