Candidatos compram perfis de usuários do Twitter e fãs para o Facebook
Raquel Camargo

Em busca de votos e popularidade na internet, pré-candidatos nas eleições deste ano tentam adquirir perfis já consolidados nas redes sociais, o que pode ser considerado crime eleitoral. No Twitter, é possível encontrar comentários que relatam as propostas comerciais dos políticos. O Facebook também é alvo dos pré-candidatos. Empresas oferecem serviços que têm como objetivo popularizar a página do político por meio de anúncios na rede social.

Segundo Alberto Rollo, advogado especializado em direito eleitoral, a compra de perfis ou seguidores pode acarretar em problemas legais. "Se o candidato vai aumentar número de seguidores ou fãs de forma fraudulenta está havendo um descompasso com que a lei diz, pois ela não permite fraudes", afirmou Rollo.

"Existe o risco? Existe, mas e daí?", diz responsável por agência

No Twitter, por exemplo, a estratégia dos políticos é substituir o nome da conta com os usuários que já seguem a página. Dessa forma, as pessoas que já acompanham o perfil que foi comercializado passam a receber as atualizações do novo dono, sem saber da troca de propriedade.

Pelo Twitter, dois usuários falaram de propostas de compra de seus perfis na rede social para políticos e partidos. Encontrados pelo UOL, eles preferiram não comentar o caso e pediram para não ser identificados. Um deles, morador de Juazeiro do Norte (CE), cidade com cerca de 250 mil habitantes, tem 1.219 seguidores --até a publicação desta reportagem.

Os políticos também podem usar recursos artificiais para aumentar o número de seguidores -- os chamados "scripts".

Por meio de uma ferramenta, usuários passam a seguir automaticamente perfis aleatórios e inflam o total de pessoas que recebem seu conteúdo e suas atualizações. Os "scripts" gratuitos, por sua vez, publicam automaticamente mensagens nas páginas de quem fez uso do recurso.

Candidato da Força

Uma dessas mensagens apareceu no Twitter do pré-candidato do PDT à Prefeitura de São Paulo, Paulinho da Força, mas logo em seguida foi apagada. O pré-candidato informou, por meio de assessoria de imprensa, ter conhecimento do texto publicado, mas garantiu que não houve uso dessas ferramentas.

Facebook

A reportagem do UOL entrou em contato com uma agência de comunicação e se apresentou como responsável pela campanha de um candidato. Um funcionário da agência informou que um político do Recife, por exemplo, conseguiu 30 mil novos fãs em cerca de um mês após o início da intervenção de seus profissionais na página do Facebook.

Em outro contato telefônico, agora com uma empresa especializada em marketing digital, o responsável pela empresa informou que são usadas estratégias para burlar as limitações da legislação e fazer anúncios no Facebook para popularizar a página do político. "Existe o risco? Existe. Estão reclamando? Estão. Tem um monte de gente reclamando, mas e daí?", declarou o funcionário que se apresentou como responsável pelo negócio.

Pacotes de usuários que podem virar fãs ou seguidores também são vendidos. Adquirir mais 10 mil pessoas na página custa R$ 290, por exemplo. Outra estratégia é criar perfis falsos, que passam a ser fãs das páginas dos políticos, gerando uma falsa popularidade das páginas.

Embora seja um método fácil de aumentar os números das páginas das redes sociais, as ações podem não trazer benefícios para quem as pratica, dizem especialistas.

Para Sandra Turchi, professora do curso marketing para marketing eleitoral, "não adianta ter uma base enorme de seguidores fictícia, que não são reais seguidores". De acordo com a especialista, o ideal é que o candidato se prepare meses antes do período eleitoral já fazendo ações e estabelecendo comunicação pelos perfis.

"Vender anúncios não é permitido. Em uma situação dessas, um candidato, coligação partido ou o Ministério Público podem entrar com uma representação junto ao TRE [Tribunal Regional Eleitoral] contra quem estiver fazendo isso e denunciando a campanha fraudulenta, desde que prove", afirma Rollo.

A multa por ações indevidas nas redes sociais variam de R$ 5 mil a R$ 25 mil. A propaganda eleitoral é permitida a partir de 6 de julho. Antes disso, manifestações em redes sociais podem ser consideradas como propaganda eleitoral antecipada e também acarretar em multas.

FÃS / SEGUIDORES	PREÇO
1.000	R$ 45,00
2.000	R$ 70,00
5.000	R$ 150,00
10.000	R$ 290,00

o serviço pode ser feito entre 24 horas e 7 dias, dependendo da quantidade de fãs e/ou seguidores comprados

Fonte: Uol. [Portal]. Disponível em: <http://eleicoes.uol.com.br/2012/noticias/2012/06/21/politicos-compram-perfis-de-usuarios-do-twitter-e-fas-para-o-facebook.htm>. Acesso em: 21 jun. 2012.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.