

Tecnologia Biométrica no Sistema de Votação Brasileiro: Estratégias Publicitárias na Campanha de Recadastramento do Eleitor via Justiça Eleitoral¹

Roberto Gondo MACEDO²
Universidade Presbiteriana Mackenzie - SP

RESUMO

As atividades desenvolvidas pela Justiça Eleitoral Brasileira são responsáveis pela funcionalidade do sistema eletrônico de votação, inclusive nas estratégias publicitárias para difusão, orientação e fortalecimento da credibilidade sistêmica. Para garantir maior eficácia no processo publicitário e organizacional do sistema eleitoral, as inclusões de novas tecnologias são realizadas de modo gradativo, utilizando como base estruturas eleitorais ocorridas bienalmente em todo o território nacional. O objetivo do artigo é descrever como que a campanha de publicidade e propaganda da tecnologia biométrica está sendo desenvolvida no país, bem como sua dinâmica no conceito de recadastramento dos eleitores aliados com a compreensão de um novo modelo de validação do cidadão apto para votar nos pleitos eleitorais.

PALAVRAS-CHAVE: voto biométrico; propaganda política; Justiça Eleitoral; urna eletrônica; comunicação pública.

INTRODUÇÃO

A democracia, em sua égide histórica, conviveu em harmonia com a evolução do homem e da sociedade: nas organizações sociais, culturais, econômicas e políticas, embora o conceito democrático tenha sofrido em muitos momentos históricos, afrontas ditatoriais com processos hostis que inibiram o direito universal de liberdade de escolha e expressão em nações e etnias.

A evolução tecnológica trouxe consigo benefícios para a produção industrial nas últimas décadas, acentuada desde a década de 70, mas também desenvolveu nos últimos vinte anos uma condicionante de dependência da tecnologia por parte dos mais variados grupos sociais, e conseqüentemente, no cotidiano dos seus indivíduos. A velocidade da

¹ Trabalho apresentado no GP Publicidade e Propaganda, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação Social, com Pós-Doutorado em desenvolvimento pela Universidade de São Paulo. Mestre em Administração Pública e MBA em Marketing. Docente dos cursos de Pós-Graduação Lato Sensu na Universidade Presbiteriana Mackenzie e Universidade Metodista de São Paulo. Diretor de Estratégias e Marketing do Instituto Gestão do Conhecimento. Preside a Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político – POLITICOM. E-mail.: r.gondomacedo@gmail.com

informação cresce exponencialmente e a necessidade de adaptação dos sistemas atuais é fato, e supostamente uma necessidade competitiva.

A revolução da tecnologia da informação foi essencial para a implementação de um importante processo de reestruturação do sistema capitalista a partir da década de 1980. No processo, o desenvolvimento e manifestações dessa revolução tecnológica foram moldados pelas lógicas e interesses do capitalismo avançado, sem se limitarem às expressões desses interesses. O sistema alternativo de organização social presente em nosso período histórico, o estatismo, também tentou redefinir os meios de consecução de seus objetivos estruturais, embora preservasse a essência desses objetivos: ou seja, o espírito de reestruturação. (CASTELLS, 1999, p. 50).

Na visão eleitoral, o Brasil se posicionou nos últimos quinze anos como uma das referências mundiais no quesito de informatização do sistema de votação eleitoral, por intermédio da urna eletrônica e seu sistema logístico de distribuição e apuração de votos.

Apesar de estável e respeitado pelos organismos gerenciadores de sistemas eleitorais pelo mundo democrático, ainda muitas premissas são levantadas a respeito da integridade e veracidade do sistema, transitando pelas extremidades que se aderem ao fundamento ideológico da imagem constituída do direito do voto, até a visão pragmática do modelo de implantação tecnicista.

O Brasil passou por vários modelos eleitorais em sua trajetória histórica, muitos deles adaptados com o contexto geosocial e territorial, pois um fator relevante na adoção de um sistema eleitoral é a capacidade de integrar regiões pertencentes à votação e distribuição logística dos protocolos de voto.

Desde 1996, o Brasil vivencia uma nova realidade quanto ao processo eleitoral, visto que a evolução tecnológica é fator intrínseco nos segmentos da sociedade. A implantação do sistema do voto eletrônico vem com base da modernidade no procedimento estrutural nacional e traz consigo um arcabouço de questionamentos, análises e versões quanto ao seu desempenho.

Com o decorrer dos anos, o sistema foi aperfeiçoado e novos recursos foram sendo adequados na urna eletrônica. Um dos procedimentos mais importantes no quesito segurança e legitimidade de validação do eleitor no momento da votação foi o sistema biométrico, implantando gradativamente nos municípios, desde 2008.

O Tribunal Superior Eleitoral, por intermédio de sua estrutura organizacional priorizou na última década promover ações de comunicação e marketing que fomentassem o conceito de credibilidade do sistema de votação eletrônica, gerindo campanhas

publicitárias nacionais e implantação de estratégias mercadológicas, no que tange o ambiente social e político.

Criou estratégias mercadológicas que pudessem conscientizar e promover aceitação do sistema de votação com eleitores dos mais diversos perfis comportamentais, culturais e graus de compreensão quanto ao novo sistema. Desenvolveu uma rede de ações comunicacionais institucionais que promoveram nas últimas duas décadas uma construção sustentável da imagem de credibilidade da urna eletrônica no Brasil frente aos demais países de cunho democrático.

SISTEMA ELEITORAL BRASILEIRO E VOTO ELETRÔNICO

O sistema eleitoral brasileiro é mantido e gerenciado pelo Tribunal Superior Eleitoral, situado na capital brasileira, com estrutura operacional distribuída pelas federações nacionais, com a nomenclatura de Tribunal Regional Eleitoral (TRE's).

Cabe a cada estado promover auditoria, controle e fiscalização em seu território zelando pelo bom andamento do sistema de votação, cadastramento e fomento às eleições realizadas bienalmente, com alternância de eleições para Prefeito e Vereadores, e em outro momento, para: Deputados Estaduais, Federais, Senadores, Governadores e Presidente da República.

Com relação ao papel da Justiça Eleitoral, vale ressaltar Jobim (2005, p.17)

É importante notar, em nossa trajetória, que começamos com a exigência de uma idade mínima de 25 anos e renda de 100 mil réis para chegar, hoje, ao voto obrigatório para maiores de 18 anos, facultativo para maiores de 16. A questão relativa à maioria, ou melhor, à cidadania eleitoral ativa é assunto praticamente resolvido. Marginalmente tenta-se pautar a discussão sobre a manutenção da obrigatoriedade do voto, assunto que considero inoportuno, pois claramente se percebe que a população quer votar. A população vota.

O sistema eleitoral brasileiro, de forma mais acentuada no período posterior à redemocratização brasileira ocorrida nos idos dos anos 80, promove como cerne de discussão e garantia de direitos o conceito da cidadania eleitoral.

Por diversos momentos da história eleitoral, a cidadania relacionada ao direito de escolha de seus representantes ficou ofuscada por atitudes centralizadoras de pequenos grupos de interesse político, os quais criavam mecanismos que propiciavam condicionamento do voto, popularmente conhecido como “voto de cabresto”, onde por

intermédio de ameaças e hostilizações, o eleitor era direcionado para votar em determinado candidato indicado, mesmo sem a sua real vontade de escolha.

Em momentos históricos do sistema eleitoral brasileiro, o voto não era secreto, o que reportava a uma condicionante mais acentuada para manipulação de votos e resultados. Na estruturação da Justiça Eleitoral, por um longo período, o seu quadro funcional era deficitário e o sistema começou a se estruturar com maior eficácia na década de 80, quando equipes de trabalho direcionadas às atividades eleitorais eram selecionadas e capacitadas com o objetivo de inibir potenciais fraudes.

No Brasil de hoje, a perda da memória institucional é fato muito grave, em todos os níveis de escolaridade, percebe-se uma descontinuidade, um hiato muito grande na memória institucional. De duas ou três décadas para cá, formou-se no Brasil uma visão muito negativa do passado histórico, como se nada jamais tivéssemos criado de útil, e, especialmente, nenhuma instituição importante. Há ceticismo a respeito de todas as instituições. É claro que há razões para isso, mas o prisma histórico, recolocando as instituições e na formação das democracias na devida perspectiva evolutiva. (LAMOUNIER, 2005, p.37).

Ainda em uma análise do impacto democrático societal, Habermas (1994, p, 362) descreve em uma visão contemporânea de acordo com a teoria do discurso, que o sucesso da política deliberativa depende não somente de uma ação coletiva da cidadania, mas da institucionalização dos procedimentos e das condições correspondentes da comunicação, assim como da interconexão de processos de deliberação institucionalizados com opiniões públicas desenvolvidas informalmente.

Segundo essa lógica, esse processo reflexivo aplicado prejudicaria um ambiente democrático harmonioso, pois processos de decisão política destruiriam a base de seu funcionamento no caso de bloqueamento de fontes espontâneas das esferas públicas autônomas ou no desligamento dos aportes provenientes da flutuação livre de questões.

A primeira manifestação da Justiça Eleitoral relacionada à aplicação tecnológica no processo de eleitores não ocorreu apenas em 1996, quando a implantação por amostragem da urna eletrônica ocorreu. Em 1986, ainda no início do processo de informatização pelo mundo, o Brasil foi um dos países pioneiros a fomentar a informatização e integração de informações nos bancos de dados dos eleitores brasileiros.

Michel et al (2004, p.147) “acredita que essa nova experiência trouxe mais confiabilidade ao processo eleitoral, agilizou a apuração, e o que é melhor: reduziu significativamente ou praticamente eliminou as fraudes”.

Atualmente, há um consenso entre os historiadores e as autoridades ligadas com a questão eleitoral de que o sistema brasileiro é um dos mais avançados do mundo. Na visão de Silva (2002, p.32) “um exemplo disso é que observadores dos Estados Unidos e demais países vieram ao País para aprender sobre o voto eletrônico”.

Segundo Monteiro et al (2001) “em 1996, o processo de votação e de apuração torna-se 100% eletrônico, ou seja, com a menor interferência humana possível. Com a urna eletrônica, o eleitor digita diretamente o número do candidato escolhido no teclado próprio, semelhante ao de um telefone comum. O voto é armazenado em um disquete que fica no interior de cada urna, cujos dados só podem ser acessados através dos computadores do TRE”.

Em 1998, todos os municípios com mais de 40.500 eleitores tiveram votação eletrônica, representando cerca de 5,2 milhões de eleitores em Minas Gerais (distribuídos em 45 municípios) e 57 milhões de eleitores no País (537 municípios). Já em 2000 houve a primeira eleição 100% informatizada em todo país.

O desafio do eleitorado nas eleições de 2002 foi digitar na urna seis votos diferentes na seguinte ordem: Deputado Federal, Deputado Estadual, Senador 1, Senador 2, Governador e Presidente da República. Em 2004, 2006 e 2008 respectivamente a Justiça Eleitoral realizou aplicabilidade da votação nos moldes de 2000 e 2002.

Com o objetivo de agregar novas informações e técnicas no sistema eleitoral eletrônico, nas eleições a partir de 2008 o sistema de identificação biométrica foi desenvolvido e implantado gradativamente até totalidade no território brasileiro provavelmente em 2022, aliado com o processo de recadastramento de eleitores.

Atualmente o sistema de validação do eleitor é realizado por apresentação do título de eleitor ou qualquer outro documento de instâncias legais com foto, sendo a identificação feita pelo mesário, o qual acessa a lista prévia preparada pela Justiça Eleitoral com o objetivo de entrega do comprovante de votação e assinatura do mesmo.

BIOMETRIA PARA AUMENTO DA SEGURANÇA DO ELEITOR

O conceito da biometria não se restringe somente ao poder público e necessariamente no reconhecimento da digital humana. A prática da biometria está amparada no sentido de reconhecer o indivíduo a partir das suas medidas biológicas. Esse processo somente foi possível com o avanço tecnológico, todavia a essência do que pode ser considerada uma comparação biométrica se reporta por séculos, no sentido de utilização

de comparação de partes corpóreas para identificação de um indivíduo. Historicamente no século XIX, Francis Galton foi o responsável por introduzir o conceito lógico da biometria contemporânea.

Para Stuart (2009, p.146) Sua pesquisa em habilidades e disposições mentais, a qual incluía estudos de gêmeos idênticos, foi pioneira em demonstrar que vários traços são genéticos. A paixão de Galton pela medição permitiu que ele abrisse o Laboratório de Antropométrica na Exibição Internacional de Saúde em 1884, onde ele coletou estatísticas de milhares de pessoas. Em 1892, Galton inventou o primeiro sistema moderno de impressão digital. Adotado pelos departamentos de polícia em todo o mundo, a impressão digital era a forma mais confiável de identificação, até o advento da tecnologia do DNA no século XX.

Além da perspectiva de segurança de informações e de reconhecimento de indivíduos, vale apontar o salto técnico comunicacional que a proposta biométrica proporcionou para a evolução da sociedade moderna, no sentido de promover maior transparência e sigilo nas inúmeras atividades do cotidiano.

Contudo, o maior salto tecnológico biométrico, com maior veracidade no reconhecimento das validações cadastradas ocorreu nas últimas três décadas, concomitante com o desenvolvimento da convergência tecnológica e maior capacidade dos equipamentos eletrônicos e informatizados.

Os avanços comerciais na área da biometria começaram na década de setenta. Durante este período, um sistema chamado Identimat foi instalado em um número de locais secretos para controle de acesso. Ele mensurava a forma da mão e olhava principalmente para o tamanho dos dedos. A produção do Identimat acabou na década de oitenta. Seu uso foi pioneiro na aplicação da geometria da mão e pavimentou o caminho para a tecnologia biométrica como um todo. (CONSULTORESBIOMETRICOS, 2013, ONLINE)

Partindo do pressuposto que a base biométrica é a identificação de uma parte do corpo humano, alguns desses pontos são utilizados com mais frequência, porque permite maior índice de individualização e veracidade das informações. Os métodos mais utilizados são: biometria das mãos, identificação facial, impressão digital, identificação pela íris e pela retina. A assinatura caracteriza também como uma forma de identificação biométrica, mesmo sendo algo descrito e realizado pelo homem e não permanentemente parte do seu corpo.

Para a validação da urna eletrônica e no combate de fraudes eleitorais provenientes de falsificações de assinaturas e documentos no momento da eleição, o processo escolhido pela Justiça Eleitoral foi o uso da impressão digital. Tecnicamente alocada no momento de validação do eleitor para habilitação da urna de votação.

Durante décadas o Brasil sofreu com tentativas de fraudes dessa ordem, principalmente em cidades pequenas ou regiões mais periféricas dos grandes centros urbanos, onde pessoas tentavam se passar por outras, no sentido de realizar a respectiva votação. Isso normalmente ocorria em pessoas que já tinham falecido ou em outros casos de documentos extraviados ou roubados.



FIGURA 1 – Validação Biométrica da Urna Brasileira

FONTE – TSE (2013, online)

Em uma composição biométrica, um dos pilares de escolha dos processos é o acesso não tão complexo para o cidadão, na extração das medidas e inserção na base de informações. Isso facilita a aplicação do projeto e não cria hostilidade, no que tange aceitabilidade do procedimento de segurança, fortalecendo o elo de confiabilidade na técnica.

Alguns princípios biométricos universais são considerados, como: critério da singularidade, onde existe uma característica única em cada indivíduo; universalidade, no sentido de ter algo presente na predominância da sociedade; mensurabilidade, permitindo o uso em equipamentos relativamente simples tecnologicamente e uso amigável, visando evitar bloqueios do indivíduo no momento do cadastramento.

Sob um prisma comunicacional tecnicista, a urna integrada com validação biométrica é amparada em quatro estágios sequenciais: a) captura, b) extração, c) comparação e d) combinação / não combinação.

No caso da Justiça Eleitoral, o procedimento de cadastramento biométrico do eleitor está relacionado também à validação dos seus dados e atualização do seu cadastro como

cidadão eleitor ativo, mantendo a base de dados atualizada e com menores chances de fraudes.

A implantação por amostragem e gradativa é uma estratégia já instituída pela Justiça Eleitoral, decorrente da amplitude demográfica e territorial brasileira, visando manter o processo de votação sustentável e com poucas chances de fortuitos de grandes proporções.

AÇÕES PUBLICITÁRIAS DO TSE PARA O SISTEMA INFORMATIZADO

Com objetivo de preservação do acervo cultural para a comunidade acadêmica e para a população em geral, o TSE mantém acesso público ao museu do voto e uma seção intitulada de “acervos especiais”, responsável por armazenar e disponibilizar peças publicitárias utilizadas no país, nas campanhas de orientação e institucionais do sistema eletrônico de votação.

Por intermédio de vídeos institucionais, materiais impressos e peças de promoção em eventos promovidos pelo TSE, há um arcabouço rico em detalhes de como funcionou e funciona a distribuição e aplicação da comunicação para com a população.

É possível identificar dois braços de trabalho de comunicação e propaganda nas ações e planejamentos do TSE, de modo mais acentuado nas duas últimas décadas. O primeiro adotado é de caráter institucional, com objetivo de orientação da população votante quanto à utilização do equipamento de votação eleitoral.

No ano de 1996 e 1998, com as duas primeiras eleições com a utilização em escala de amostragem do equipamento da urna eleitoral, os municípios que seriam envolvidos com o novo sistema promoveram ações nas comunidades e centros comerciais por intermédio dos Cartórios Eleitorais, potencializando ações promocionais com espaços montados para simulação e interação dos eleitores com o novo equipamento.

Em segundo momento, de forma mais relevante e presente, a partir das eleições de 2000, onde integraram todas as zonas eleitorais do país, o foco do planejamento estratégico comunicacional foi de promover a construção da imagem do sistema eletrônico de votação, criando um ambiente de credibilidade e idoneidade de votação nos pleitos eletivos.

Para a produção de campanhas publicitárias e de comunicação, o TRE convoca por intermédio de licitações públicas, agências de publicidade e comunicação de todo o país para a produção de campanhas nacionais que contribuam com diretrizes e coordenadas regionais, tendo como escopo a promoção institucional das ações durante todos os anos, na

coordenação do processo eleitoral em momentos adicionais até nas eleições propriamente ditas.

Posterior 2002, nas eleições presenciais, as ações de comunicação ficaram direcionadas para promover o sistema eletrônico de votação brasileiro como um instrumento colaborativo da transparência democrática. Como ação de interação internacional, desde a primeira implantação das urnas eletrônicas nos dias de eleição, várias delegações de especialistas em eleições e técnicos de outros países acompanharam a dinâmica do processo de eleição e apuração dos votos.

Para as regiões brasileiras, com maior dificuldade de acesso à mídias eletrônicas, como Internet, TV e, em muitos casos o rádio, o material impresso é muito utilizado, visto que oferece maior facilidade de acesso e conscientização.

Uma estratégia publicitária adotada foi oferecer permissão para que as impressões de peças publicitárias fossem desenvolvidas regionalmente, permitindo maior dinamismo no processo. É perceptível o zelo estratégico da Justiça Eleitoral brasileira em manter um claro posicionamento quanto à credibilidade e lisura do processo de eleições, com cuidados para não criar crises de imagem e de credibilidade na população.

A campanha da biometria teve início no ano de 2008, nas eleições do mesmo período. Considerada como primeira fase de implantação do processo foi selecionada uma pequena amostra de somente três cidades brasileiras para a realização do cadastramento biométrico e conscientização do eleitor com o novo tipo de validação no momento do voto.

Considerando que o país possui atualmente 5700 municípios, a primeira fase ocorreu de modo analítico, com direcionamento mais tecnicista. As cidades trabalhadas foram: Colorado do Oeste (RO), Fátima do Sul (MS) e São João Batista (SC). A campanha realizada obedeceu aos critérios de regionalidade e institucionalidade na demonstração do modelo de validação.

Regionalmente, os cartórios eleitorais criaram mecanismos publicitários que procuraram envolver os eleitores das cidades. Foram utilizadas mídias mais tradicionais e “above the line”, como: jornal da cidade e rádio. Ações experimentais no centro das cidades foram realizadas para informar os eleitores e apresentar novidades em um protótipo de urna com validação biométrica e maior segurança.

O cadastramento foi o ponto mais importante do processo porque de acordo com os coordenadores municipais (TRE, 2008), mesmo os eleitores com baixo grau de instrução compreenderam facilmente a importância de existir outro tipo de validação para que o seu

direito de voto estivesse garantido, visto que já ocorriam alguns outros tipos de serviços, como na identificação de clientes de alguns bancos. Nas três cidades escolhidas foram cadastrados o total de 40.728 eleitores.

Nas três cidades foram desenvolvidos também vídeos institucionais que foram transmitidos regionalmente, com a finalidade de informar a importância da participação desses municípios na primeira fase do processo biométrico e não nos grandes centros, como São Paulo ou Rio de Janeiro.



FIGURA 2 – Vídeo Institucional da validação Biométrica em Colorado do Sul (2008)

FONTE – TSE (2008, online)

Materiais gráficos foram confeccionados para difundir a importância do cadastramento biométrico, tendo em vista que desde a primeira fase, o procedimento segue normatizações: em primeiro momento existe o cadastramento biométrico do eleitor e atualização dos dados na base do sistema; em segundo momento onde o eleitor fica habilitado para votar nas eleições do ano posterior ou vigente. Caso o eleitor não compareça no momento do cadastramento e tente votar no dia do pleito, sua autorização será negada pela mesa eleitoral responsável pela seção de votação.



FIGURA 3 – Marca publicitária da Campanha Biométrica em território nacional
FONTE – TSE (2013, online)

Ainda pertencente na primeira fase do projeto biométrico, nas eleições de 2010 foi ampliado o número de municípios, utilizando o segundo critério determinado pela Justiça Eleitoral, que é a distribuição de cidades na maior parte dos Estados da Federação. Para as eleições de 2010 foram envolvidos 60 municípios em 23 Estados, com o total de 1.136.140 eleitores cadastrados biometricamente.

Na segunda fase, que teve o período de março de 2011 e concluída em maio de 2012, o número de cidades envolvidas aumentou para 299 e o total de cadastrados para 7.779.792 eleitores. Na segunda fase, uma das ações de propaganda realizadas foi à difusão de vídeos institucionais com maior intensidade de veiculação nas principais cidades dos Estados e construindo sempre a importância da biometria para a segurança do eleitor no momento do voto.

No ano de 2013, o processo de cadastramento continua na terceira fase, com a meta de envolver 488 municípios em todos os Estados do país, objetivando atingir o número de 23 milhões de eleitores para as eleições de 2014. O sistema da Campanha continuará na linha estratégica de uso das mídias “Above The Line” (ATL), porém com a ampliação de cidades mais urbanas, os canais e espaços eletrônicos passam a ganhar mais espaço na seleção de veículos de propaganda, fortalecendo as escolhas de mídias “Below the Line” (BTL), com foro mais eletrônico e interativo.

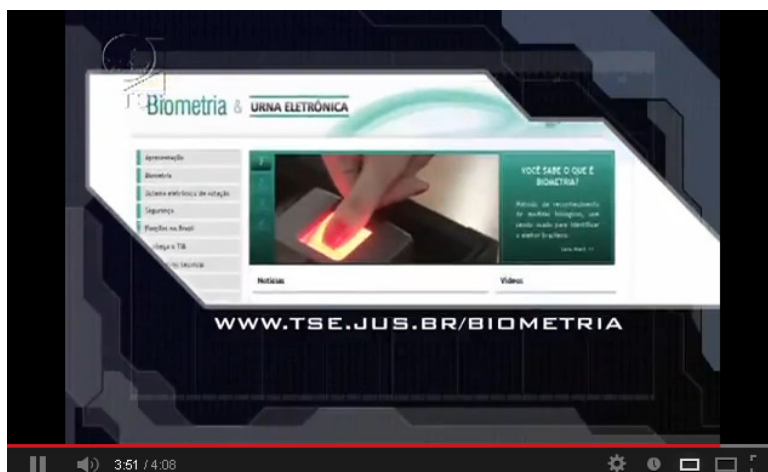


FIGURA 4 – Portal Eletrônico TSE / Urna Biométrica
FONTE – TSE (2013, online)

O canal eletrônico do Portal Biométrico do TSE é divulgado em todo o material gráfico, por intermédio do seu endereço eletrônico e nos vídeos institucionais, de caráter regional ou nacional. O próprio canal da Justiça Eleitoral no Portal You Tube, da Google, disponibiliza centenas de vídeos desenvolvidos em todas as partes do Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Descrever as campanhas publicitárias realizadas pelo TSE no decorrer dos anos é uma ação que deve transcender não apenas à compreensão cidadã, mas sim, analisar o comportamento organizacional e mercadológico de um produto destinado à democracia brasileira, que é o sistema eletrônico de votação.

As ações publicitárias desenvolvidas pelo TSE se mostram eficazes no sentido de conscientização do modelo de votação para a sociedade brasileira, principalmente na relação de compreensão da forma eletrônica de votação, bem como a estrutura de escolha dos candidatos, com base numérica.

Divididas de modo estratégico, as abordagens de conscientização do eleitor com relação ao sistema eleitoral em todo o país, desde 1996, demonstrou eficiente no que tange a absorção do mecanismo eletrônico como uma ferramenta cotidiana nos pleitos eleitorais pela população.

As campanhas publicitárias divididas organizacionalmente pelos TRE's e Cartórios Eleitorais conseguiram atingir com maior eficácia comunidades locais, no sentido de

produção correta de material promocional da urna eletrônica ou pela importância da participação do voto cidadão e consciente.

A preocupação em manter sustentável a imagem organizacional do TSE e suas atividades é evidente diante das ações promovidas durante os últimos anos e verídica no sentido das auditorias e licitações participantes do processo, permitindo que o sistema vigente apresente boa consolidação de imagem diante dos demais países democráticos do globo.

O sistema biométrico desde o ano de 2008 segue de modo similar na sua implantação e aplicação nos municípios brasileiros. Em cinco anos de atividade, foram desenvolvidas três fases que foram expandindo gradativamente e até 2014 pretendem envolver aproximadamente 32 milhões de eleitores em um universo de aproximadamente 140 milhões do universo do eleitorado nacional.

A Campanha Publicitária e ações de comunicação da Justiça Eleitoral atuam por duas frentes complementares: regionalidade no preparo e adequação do material gráfico e impresso, promovido e gerenciado pelos Cartórios Eleitorais presentes nos municípios brasileiros, e institucional, difundido em mensagem única pelo território brasileiro e construindo credibilidade e imagem de segurança para o eleitor no momento da validação nos dias do pleito eleitoral.

Outro ponto técnico e importante no processo é que a campanha também direciona para o cadastramento do eleitor no sistema biométrico, mas também na atualização dos seus dados na base informacional da Justiça Eleitoral, o que justifica o processo gradativo a que se propõe. Em uma ação de Comunicação Pública, a Justiça Eleitoral brasileira desenvolveu um método eficaz e sustentável de implantar melhorias no sistema de votação eletrônico, dada a dimensão continental do Brasil e densidade de eleitores distribuídos pela Federação.

REFERENCIAS

CASTELLS, Manoel. **Sociedade em Rede**. São Paulo. Paz e Terra, 1999.

CONSULTORESBIOMETRICOS. **Introdução à Biometria**. Disponível em <http://www.consultoresbiometricos.com.br/05_Bintroducao_definicao.php>. Acesso em 02.julho.2013.

HABERMAS, J. Struggle for recognition in the democratic constitutional state. In: GUTMANN, A (Org.). **Multiculturalism**. Princeton: Princeton University, 1994.

JOBIM, Nelson. Origem e atuação da Justiça Eleitoral. In: PASSARELLI, Eliana (Org.). **Justiça Eleitoral: uma retrospectiva**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2005.

LAMOUNIER, Bolívar. A Justiça Eleitoral e o desenvolvimento da democracia: uma perspectiva histórica. In: PASSARELLI, Eliana (Org.). **Justiça Eleitoral: uma retrospectiva**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2005.

MICHEL et al, Gabriel et al. **Electronic voting for all: the experience of the brazilian computerized voting system**. France: UPA, 2004.

MONTEIRO, Américo; SOARES, Natércia; ANTUNES, Pedro. **Sistemas Eletrônicos de Votação**. Departamento de Informática. Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa. Lisboa, 2001.

SILVA, Mônica Côrrea da. **Voto Eletrônico: É mais seguro votar assim?** Florianópolis: Insular, 2002.

STUART, David. **Logical biometric in the modern society**. NYC: NY University, 2009.

TSE. **Cadastramento de eleitores para a urna biométrica nas eleições de 2008**. Vídeo TSE. Disponível em <www.portaltse.gov.br/institucional/fasei/biometrica/cidades/consc1>. Acesso em 04.novembro.2012.

_____. **Campanha de Cadastramento Biométrico (RO) 2008**. Vídeo institucional. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=ZMPj3kQsxT8>>. Acesso em 12.03.2013.