

## 1. Identificação da reunião

| Data       | Horário |         | Local            | Relator     |
|------------|---------|---------|------------------|-------------|
|            | Início  | Término |                  |             |
| 22/10/2018 | 15h20   | 18h42   | Auditório do TSE | Sérgio Três |

## 2. Objetivo

10ª Reunião Ordinária do Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições:

Compartilhamento de experiências relacionadas à disseminação de *fake news* nas eleições.

Foram convidados a participar:

### Empresas de mídias sociais:

1. Facebook Serviços Online: Mônica Rosina (<https://pt-br.facebook.com/>);
2. Google Brasil Internet: Marcelo Lacerda ([https://www.google.com.br/?gws\\_rd=ssl](https://www.google.com.br/?gws_rd=ssl));
3. Twitter Brasil Rede de Informação: Fernando Gallo Fernandes (<https://twitter.com>); e
4. WhatsApp Inc (<https://web.whatsapp.com/>);

Keyla Maggessy (*Law Enforcement Response and Outreach Manager*)

Ben Supple (*Public Policy Manager*)

Advogado representando o escritório de advocacia Mattos Filho, que tem trabalhado nos assuntos relativos às eleições: Thiago Luís Sombra

### Agências de checagem que confirmaram presença:

1. Agência Aos Fatos: Tai Nalon (<https://aosfatos.org/>);
2. Agência Boatos: Edgar Matsuki e Carol Lira (<https://www.boatos.org/sobre>);
3. Agência E-farsas: Gilmar Henrique Lopes (<http://www.e-farsas.com/>);
4. Agência Estadão Verifica: Daniel Bramatti e Taís Gasparian (<https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/>);
5. Agência Fato ou Fake: Márcia Menezes (<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>);
6. Agência Folha Informações: Sarah Mota Resende (<https://www1.folha.uol.com.br/especial/2018/folha-informacoes/>); e
7. Agência Lupa: Cristina Tardáguila (<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>).

### Agências de checagem de notícias que não poderiam comparecer:

1. Representante da Agência Projeto Comprova: Sérgio Ludtke (<https://projetoacomprova.com.br/>);
2. Representante da Agência Exterior IFCN – *The International Fact-Checking Network* (<https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/>); e
3. Representante da Agência Pública/Truco: Maurício e Natália (<https://apublica.org/>).

### 3. Participantes

| Nome  | Órgão  |
|---|--|
| Representante da ABIN                       | ABIN - Agência Brasileira de Inteligência  |
| Representante da ABIN                       | ABIN - Agência Brasileira de Inteligência  |
| Ana Caroline B. Lima                        | Agência de checagem: Agência Boatos  |
| Edgar Matsuki                               | Agência de checagem: Agência Boatos  |
| Tai Nalon                                   | Agência de checagem: Agência Aos Fatos   |
| Cristina Tardáquila                         | Agência de checagem - Agência Lupa   |
| Sarah M. M. Resende                         | Agência de checagem: Folha Informações - Folha de São Paulo                          |
| Gilmar Henrique Lopes                       | Agência de checagem: Agência E-farsas  |
| Daniel Bramatti                             | Agência de checagem: Agência Estadão Verifica - ABRAPI                               |
| Márcia Menezes                              | Agência de checagem: Agência Fato ou Fake - Globo - G1                               |
| Taís Gasparian                              | Agência de checagem: Agência Projeto Comprova  |
| Eduardo Mendonça                            | BFBM - Barroso Fontelles, Barcellos, Mendonça & Associados Advocacia                 |
| General de Brigada Alan Denilson Lima Costa | Centro de Defesa Cibernética do Comando de Defesa Cibernética do Exército Brasileiro |
| Major Renato Vargas Monteiro                | Centro de Defesa Cibernética do Comando de Defesa Cibernética do Exército Brasileiro |
| Maximiliano Salvadori Martinhão             | CGI/MCTIC  |
| Diego Spinola                               | Facebook Brasil  |
| Amaro Silveira Grassi                       | Fundação Getúlio Vargas  |
| José Rollemberg Leite Neto                  | Mídias sociais: Facebook   |
| Marlio Martins                              | Mídias sociais: Facebook   |
| Mônica Rosina                               | Mídias sociais: Facebook   |
| Murilo Laranjeira                           | Mídias sociais: Facebook   |
| Revar Mirat                                 | Mídias sociais: Facebook   |
| Rodrigo Ruf                                 | Mídias sociais: Facebook   |
| André Zanatta                               | Mídias sociais: Google   |
| Juliana Nolasco                             | Mídias sociais: Google   |
| Marcelo Lacerda                             | Mídias sociais: Google   |
| Fernando Gallo Fernandes                    | Mídias sociais: Twitter  |
| Maria Cláudia Almeida                       | Mídias sociais: Twitter  |
| Regina Lima                                 | Mídias sociais: Twitter  |
| Rone Giacchietta                            | Mídias sociais: Twitter  |
| Maria Lilian de Oliveira Barbosa            | Ministério da Justiça  |
| Casseana Saad Carvalho                      | PF - Polícia Federal   |
| Ivo Peixinho                                | PF - Polícia Federal   |
| Thiago Borelli Thomaz                       | PF - Polícia Federal   |
| Thiago Tavares Nunes de Oliveira            | SaferNet Brasil  |

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| Leonardo Cunha                      | STF - Supremo Tribunal Federal                                     |
| Danielle Cavaignac                  | TRE/MA - Tribunal Regional Eleitoral do Maranhão                   |
| Fábio Zanco de Oliveira Ferraz      | TRE/RO - Tribunal Regional Eleitoral de Rondônia                   |
| Aline Rezende Peres Osorio          | TSE - Gabinete do Ministro Luís Roberto Barroso (Vice-Presidência) |
| Odilon Romano Neto                  | TSE - Gabinete do Ministro Luís Roberto Barroso (Vice-Presidência) |
| Admar Gonzaga Neto                  | TSE - Ministro efetivo   |
| Geraldo Og Nicéas Marques Fernandes | TSE - Ministro efetivo   |
| Estêvão André Cardoso Waterloo      | TSE - Secretário-Geral da Presidência                              |
| Natália Valarini                    | TV Globo   |
| Humberto Jacques de Medeiros        | Vice-Procurador-Geral Eleitoral                                    |

#### 4. Assuntos tratados

4.1 O Senhor Estêvão André Cardoso Waterloo apresentou-se e deu início à reunião, agradecendo a presença de todos e informando que o objetivo principal do encontro é o compartilhamento de experiências relacionadas ao combate à disseminação de *fake news* no processo eleitoral.

4.2 Esclarece a todos o empenho realizado pelo TSE, órgãos e empresas que compõem o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições, empresas de mídias sociais, agências de checagem de fatos e imprensa no combate às notícias inverídicas, que tem gerado bons resultados.

4.3 O Ministro Admar Gonzaga Neto agradece a todos, em nome da Ministra Rosa Weber, pelo esforço coletivo em se prestigiar a democracia, buscando-se ao máximo mitigar o impacto da proliferação das *fake news*. A seguir, passa a palavra para o Vice-Procurador Geral Eleitoral, o Senhor Humberto Jacques de Medeiros.

4.4 O Senhor Humberto Jacques de Medeiros ressalta que esta é a última reunião do Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições antes do segundo turno das eleições 2018, e destaca que as opções feitas por todos foram adequadas, mas a insatisfação/satisfação da sociedade brasileira não deve ser desconsiderada, pois os cidadãos não têm acesso às questões discutidas e desconhecem as importantes medidas que já foram adotadas, como o processo de educação dos eleitores, a checagem de fatos e o direito de resposta.

4.5 Dessa maneira, as estratégias adotadas pelo Conselho e parceiros precisam ser mais bem divulgadas à sociedade.

4.6 Dando continuidade à programação, iniciou-se a apresentação das empresas de mídias sociais, sendo a primeira o **Facebook Brasil**.

4.7 A Senhora Mônica Rosina se apresenta e informa que o Facebook vem trabalhando em três frentes para combater as notícias falsas:

4.7.1 remoção de conteúdos;

4.7.2 redução de contas falsas; e

4.7.3 educação do usuário.

4.7.4 A redução de contas falsas é o mais importante ato para impedir a propagação de notícias falsas. Hoje, vinte mil pessoas trabalham na parte de integridade do sistema. O Facebook trabalha também com sistemas automatizados para a identificação de contas falsas. No último semestre, estima-se que tenham sido removidas sete milhões de contas falsas por dia, que, por vezes, duram apenas alguns segundos, não sendo possível causar qualquer dano.

4.8 Qualquer pessoa pode denunciar conteúdos indevidos ao Facebook, mesmo que não tenha conta na ferramenta. Os conteúdos denunciados também podem ser encaminhados diretamente para as agências parceiras de checagem.

4.9 O esforço de redução trata também da tentativa de limitação do alcance da propagação de notícias falsas. AFP<sup>1</sup>, Agência Aos Fatos e a Agência Lupa são três das empresas de *fact checking*<sup>2</sup> que foram contratadas pelo Facebook para buscar garantir a integridade das informações que circulam na ferramenta.

4.10 Quando um *link*<sup>3</sup> trafega pela ferramenta e vem a ser posteriormente identificado como falso pelas empresas de checagem, o usuário receberá notificação do Facebook de que a informação foi verificada e não é verdadeira. Deixa-se ao livre arbítrio do usuário a decisão de ele continuar a compartilhar tal mensagem ou cancelar o compartilhamento desses conteúdos de baixa qualidade.

4.11 Na parte de educação, o *link* de uma notícia compartilhada na plataforma traz a letra “i” dentro de um ícone azul, com maiores opções de divulgação daquela notícia que está sendo recebida, de modo que o usuário tenha mais informações antes de optar por divulgá-la, ou não.

4.12 Na frente de apoio ao jornalismo, o Facebook apoia a ABRADI (Agência Brasileira dos Agentes Digitais), a Agência Lupa, o Atlas da Notícia e o Projeto Comprova, que trata de jornalismo colaborativo contra a desinformação.

4.13 Informa que o Facebook também produziu parcerias com acadêmicos de universidades para oferecer cursos sobre como combater a desinformação. Os cursos *online* são gratuitos, com vídeos, memes e provas, e foram levados a várias escolas de nível médio e superior<sup>4</sup>.

4.14 Há também convênio com o TSE, de engajamento cívico, como o “Projeto Megafone”, lembrando os usuários de tirarem os títulos de eleitor, de que é dia de eleição e para informá-los sobre seu local de votação, por exemplo.

4.15 A Senhora Mônica Rosina informa ainda que realizaram 17 eventos, em 14 capitais, com a sociedade e a Justiça Eleitoral, de modo a abrir um canal de comunicação e retirar dúvidas, tendo sido distribuídas mais de 2500 cartilhas que buscam ajudar a identificar um *URL*<sup>5</sup> dentro da plataforma.

4.16 Agradece a todos a oportunidade e encerra sua participação.

4.17 A segunda empresa de mídia social a participar é o **Google Brasil Internet**, por seu representante Marcelo Lacerda.

4.18 O Senhor Marcelo Lacerda informa que a missão do Google é organizar as informações no mundo e torná-las acessíveis aos usuários. Esclarece que o esforço da empresa é enorme, pois diariamente 15% das buscas realizadas nunca haviam sido solicitadas antes.

4.19 Ressalta a dificuldade da ferramenta em controlar as informações inverídicas. O Google desenvolve esta atividade por meio de três ferramentas: AdSense<sup>6</sup> (combate o conteúdo de publicidade danoso), o selo de checagem do fato (marcação do conteúdo que foi avaliado por meio da checagem de fatos) e o *breaking news*<sup>7</sup> (carrossel que traz informações oficiais de parceiros credenciados).

---

<sup>1</sup> A AFP, Agência France-Presse, desenvolve *blog* de *fact-checking* em português, inglês e espanhol.

<sup>2</sup> O *fact-checking* é a atividade de checagem de fatos, isto é realizado pelo confronto das histórias com dados, pesquisas e registros. É uma forma de se qualificar o debate público por meio da apuração jornalística.

<sup>3</sup> No âmbito da informática, a palavra *link* pode significar uma hiperligação, ou seja, uma palavra, texto ou imagem que quando é clicada pelo usuário, o encaminha para outra página na internet, que pode conter outros textos ou imagens.

<sup>4</sup> O curso Vaza Falsiane se encontra por meio do *link* <https://vazafalsiane.com/> e informações adicionais constam no *link* <https://www.facebook.com/notes/vaza-falsiane/checklist-para-identificar-a-not%C3%ADcia-falsiane-/722328801483936/>.

<sup>5</sup> Um *URL* (*Uniform Resource Locator*), coloquialmente chamado de endereço da *web*, é uma referência a um recurso da *web* que especifica sua localização em uma rede de computadores e um mecanismo para recuperá-lo.

<sup>6</sup> O **Google AdSense** é um programa executado pelo Google que permite que editores na Rede do Google de *sites* de conteúdo veiculem anúncios automáticos de texto, imagem, vídeo ou mídia interativa segmentados para o conteúdo e o público do *site*. Esses anúncios são administrados, classificados e mantidos pelo Google.

<sup>7</sup> O Google Notícias oferece as manchetes por meio do site: <https://news.google.com/?hl=pt-BR&gl=BR&ceid=BR:pt-419>

4.20 Acrescenta que vinte e quatro redações brasileiras se reuniram para combater as notícias falsas. O Google News Lab vem participando disso, por meio do treinamento a jornalistas. Em 2018, 2.600 jornalistas foram treinados para como reconhecer mais facilmente notícias inverídicas.

4.21 Esclarece que o Google trabalhou com o programa do voto informado e com a criação de *hub*<sup>8</sup> com as informações do TSE sobre os candidatos, organizando os candidatos por meio do uso de diversos filtros, de forma que fosse mais fácil a escolha dos mesmos. Esta ferramenta foi acessada por mais de um milhão de usuários.

4.22 O Pannel do Conhecimento trazia informações pessoais dos candidatos para cargos federais, esclarecendo o usuário para que pudesse realizar uma melhor escolha.

4.23 Os candidatos presidenciais puderam postar sua plataforma política gratuitamente dentro do Google. Dos treze candidatos, nove a utilizaram como meio de divulgação de seus projetos.

4.24 Com base nas principais perguntas sobre como votar, o Google disponibilizou informações da página do TSE para ajudar os eleitores. Quando o cidadão se identificava com seus dados pessoais, passava a ter a diversas informações de seu interesse, como o seu local de votação e a geração de um *hyperlink* individualizado para ele, integrado ao Google Maps, possibilitando que ele conhecesse o percurso para o local de votação informado.

4.25 O Senhor Marcelo Lacerda agradece ao TSE, em especial à equipe de comunicação social, pelo empenho em auxiliar a equipe do Google no desenvolvimento das ferramentas.

4.26 A terceira empresa de mídia social a participar é o **Twitter Brasil Rede de Informação**, por meio de seu representante Fernando Gallo.

4.27 O Senhor Fernando Gallo informa que o propósito do Twitter é manter as pessoas informadas no mundo. O programa é uma plataforma pública e em tempo real (significa que todos os seguidores do Twitter recebem imediatamente as informações, em questões de segundos). Todo mundo pode ver o que está sendo visto na ferramenta, mesmo para quem não é associado.

4.28 Não cabe ao Twitter ser o árbitro da verdade, por isso a empresa tem trabalhado com repórteres, de modo que seja possível a adoção de melhores práticas na divulgação das informações. Fontes autênticas agregam um selo de confiabilidade às mensagens.

4.29 Os cidadãos puderam ter acesso direto a nove dos treze candidatos, que concederam entrevista na plataforma. Desde 2017, o Twitter vem apoiando os trabalhos do TSE. O eleitor pode consultar alguns serviços eleitorais por meio de um *chatbot*<sup>9</sup>, como local de votação e dúvidas eleitorais.

4.30 Agradeceu a todos e deu por encerrada sua participação no evento.

4.31 A seguir, o Senhor Estêvão André Cardoso Waterloo passou a palavra para o **WhatsApp**, que estava em videoconferência, sendo a quarta empresa de mídia social a participar da reunião, por meio de sua representante, a Senhora Keyla Maggessy.

4.32 A Senhora Keyla Maggessy agradece a oportunidade de mais uma vez poder participar e esclarece que os desafios do combate às notícias inverídicas passa pela educação dos usuários, a adoção de medidas de prevenção a abusos e o trabalho próximo com autoridades investigativas.

4.33 Apresenta que o WhatsApp é um aplicativo privativo, também em tempo real, sendo criptografado de ponta a ponta, para garantir a segurança dos usuários. Ressalta que mais de 90% das mensagens são enviadas diretamente de uma pessoa a outra.

4.34 Esclarece ainda que, para um usuário atingir um milhão de usuários, precisaria criar mais de 4000 grupos no WhatsApp .

4.35 A Senhora Keyla Maggessy esclarece que a ferramenta também está fazendo parcerias com

<sup>8</sup> **Hub** (concentrador) é um equipamento que processa a transmissão ou difusão de determinada informação, tendo, como principal característica o fato que a mesma informação está sendo enviada para muitos receptores ao mesmo tempo (*broadcast*).

<sup>9</sup> Um **chatbot** é um programa de computador ou uma inteligência artificial que conduz uma conversa via métodos auditivos ou textuais. Tais programas são frequentemente projetados para simular convincentemente como um ser humano se comportaria como um parceiro conversacional.

empresas de *fact checking*. A campanha de marketing “Divulgue fatos e não *fakes*” atingiu milhões de usuários<sup>10</sup>.

4.36 Informa que o WhatsApp é o único aplicativo que reduziu a quantidade de divulgação passível de ser realizada, restringindo o envio de mensagens a vinte outros usuários ou grupos. Além disso, atualmente conversas de grupos podem ser mais bem controladas pelo administrador de grupos, que pode inclusive impedir envios de mensagens de alguns dos membros para os demais do grupo, e que ficou mais difícil reincluir alguém que solicitou sua exclusão de um grupo.

4.37 Quanto à vertente de se evitar o uso indevido da plataforma, estão sendo banidas contas envolvidas com sinais de comportamento de *spam*<sup>11</sup>, inclusive pelo envio de informações em velocidade excessiva, que não corresponda à velocidade de um comportamento humano.

4.38 Centenas de milhares de contas foram excluídas recentemente, em especial nos últimos dias antes do primeiro turno.

4.39 O WhatsApp não permite a criação automática de grupos, por exemplo, e a não aceitação da política de serviços da ferramenta enseja o encerramento da conta do usuário.

4.40 Para a terceira vertente, o WhatsApp vem oferecendo treinamento para policiais e procuradores no uso de sua ferramenta, tendo sido treinados mais de 1.600 pessoas. Além disso, foram realizadas doze reuniões com Tribunais Regionais Eleitorais.

4.41 Informa que o WhatsApp abriu um endereço eletrônico específico para o recebimento de denúncias e outro para o recebimento e atendimento de decisões judiciais.

4.42 No dia 16/10/2018, ela e o Senhor Ben Supple participaram de reunião com o TSE, ocasião em que foi ofertado o uso da versão *Business* do WhatsApp, o SMB<sup>12</sup>. A Senhora Keyla Maggessy agradece a oportunidade e coloca-se à disposição para maiores esclarecimentos.

4.43 Foi aberta a oportunidade para a realização de perguntas.

4.44 O Senhor Humberto Jacques de Medeiros pergunta às quatro plataformas como se dá o uso do *targeting*<sup>13</sup> político para os usuários.

4.45 A Senhora Mônica Rosina, do Facebook, esclarece que existe um fluxo, um processo de impulsionamento, que foi disponibilizado para os partidos políticos. Nesses casos, para que isto ocorra, precisa-se acionar a autenticação de dois fatores, comprovar que se está no Brasil e registrar o CPF ou CNPJ do responsável pelo conteúdo a ser divulgado.

4.46 O Facebook exhibe o CPF/CNPJ do patrocinante nas notícias impulsionadas. No anúncio recebido, o usuário-alvo recebe também um ícone de informações, onde todas as divulgações feitas por aquele anunciante ficam visíveis, permitindo comparar os discursos a públicos diversos.

4.47 O Senhor Fernando Gallo Fernandes, do Twitter, informa que, embora a lei tenha permitido a publicidade paga na plataforma, a empresa optou por não vender conteúdo eleitoral nas eleições de 2018.

4.48 O Senhor Marcelo Lacerda, do Google, informa que os resultados da busca trazem aquilo que esteja relacionado ao que o usuário está procurando, não havendo alguma preferência política, público-alvo ou localização geográfica associados aos resultados das buscas.

4.49 Quanto ao WhatsApp, a Senhora Keyla Maggessy esclarece que a ferramenta coleta poucas informações pessoais dos usuários. Assim, em geral, as pessoas que realizem o *targeting* necessitariam do consentimento do usuário para que o número de seu celular fosse utilizado. Caso

<sup>10</sup> <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/07/30/fato-ou-fake-esta-nas-redes-sociais-e-no-whatsapp-saiba-como-acessar-e-tirar-duvidas.ghtml>

<sup>11</sup> **Spam** é o termo usado para referir-se a informações não solicitadas, em geral por meio de e-mails não solicitados, que geralmente são enviados para um grande número de pessoas.

<sup>12</sup> O WhatsApp dispõe de uma versão empresarial mais robusta do aplicativo, denominado *Small and Medium Business* - **SMB**, com as mesmas políticas de utilização que o WhatsApp tradicional.

<sup>13</sup> **Targeting** (segmentação) na política é uma atividade amplamente usada na determinação do público-alvo desejado para receber recursos de tempo, dinheiro e mão de obra durante as campanhas políticas.



não seja assim, o usuário pode denunciar o mau uso da ferramenta e também bloquear o remetente.

4.50 O Senhor Edgar Matsuki, da Agência Boatos, alega que vem recebendo várias notícias de *spams* em seu celular, em geral uma publicidade falsa.

4.51 A Senhora Keyla Maggessy reitera que o WhatsApp não tem acesso ao conteúdo das mensagens, mesmo que contenham *sites* com os *URLs*. Nestes casos, as contas que geram estes envios a contas no WhatsApp são monitoradas e estão passíveis de serem banidas se a inteligência artificial as identificar em algum dos critérios previstos como uso indevido da ferramenta.

4.52 O Senhor Gilmar Henrique Lopes, da Agência E-farsas, pergunta ao Twitter se existe a possibilidade de se identificar os *tweets*<sup>14</sup> apagados, pois agora a agência está tendo dificuldades em recuperar informações passadas.

4.53 O Senhor Fernando Gallo Fernandes, do Twitter, informa que, de fato, isto não está sendo possível no momento.

4.54 O Ministro Admar Gonzaga Neto pergunta ao WhatsApp se é possível a identificação de envios de mensagens de países diferentes do Brasil para o público brasileiro.

4.55 A Senhora Keyla Maggessy informa que a detecção de *spam* leva em consideração este critério, mas não soube informar qual o tratamento exato que é dado a isto. Ficou de confirmar com a área técnica os detalhes e informar posteriormente.

4.56 A Senhora Cristina Tardáguila, da Agência Lupa, pergunta quantas pessoas trabalham dedicadas ao Brasil neste momento e como os jornalistas brasileiros podem conseguir fazer contato com WhatsApp (nome e e-mail).

4.57 A Senhora Keyla Maggessy informa que foi criado o [press@whatsapp.com](mailto:press@whatsapp.com) como correio a ser utilizado. Informa que o WhatsApp não tem funcionários dedicados exclusivamente ao Brasil.

4.58 A Senhora Cristina Tardáguila reitera que a equipe de comunicação não respondeu suas perguntas, enviadas ao e-mail informado.

4.59 A Senhora Keyla Maggessy esclarece que há um time de funcionários dedicado a responder o correio, entre sete e oito pessoas.

4.60 A Senhora Aline Rezende Peres Osorio, do TSE, pergunta sobre a decisão judicial de remoção de conteúdo e quais seriam suas limitações. Sendo assim, como se dá a identificação do arquivo para garantir a remoção completa das imagens, mensagens ou vídeos compartilhados por meio da plataforma, uma vez que já foi informado que, a cada vez que uma pessoa salva um conteúdo e o reenvia, ocorre uma alteração na *hash*<sup>15</sup> de identificação?

4.61 A Senhora Keyla Maggessy relata que o WhatsApp não pode bloquear conteúdos na plataforma. Quando os arquivos de qualquer mídia recebem um *upload* à ferramenta, recebem uma *hash*, seu identificador de conteúdo. Se a pessoa reenvia a mensagem recebida, a *hash* inicial é reutilizada e a mensagem já é enviada diretamente do servidor com a mesma identificação.

4.62 Por outro lado, se houver o *download* do conteúdo e um envio posterior deste conteúdo a outras pessoas, será gravada nova *hash*.

4.63 O Senhor Thiago Tavares Nunes de Oliveira, da SaferNet Brasil, pergunta se foi possível a avaliação das propostas do Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições para alterações nas políticas do WhatsApp.

4.64 A Senhora Keyla Maggessy informa que algumas das opções de melhoria de produtos já haviam sido implementadas antes do início do período eleitoral. Entretanto, considerando-se a proximidade do 2º turno, não é prático que novas alterações sejam feitas neste momento, pois seriam intempestivas, e dependeriam de que os usuários da ferramenta realizassem o *update* deste aplicativo,

<sup>14</sup> No Twitter, os textos são conhecidos como **tweets**, e podem ser enviados por meio do *website* do serviço, por SMS, por aplicativos específicos do Twitter para *smartphones*, *tablets* etc.

<sup>15</sup> **Hash** (escrutínio) é uma sequência de *bits* gerados por um algoritmo de dispersão, que permite o registro inequívoco do mesmo na forma de letras e números, e é utilizado para identificação da mensagem e garantia da integridade dos dados.

com as novas funcionalidades, o que traria pouco impacto nas eleições.

4.65 Informa que guardarão as sugestões para implementações futuras.

4.66 A seguir, deu-se início à participação das agências de checagem, sendo a primeira a **Agência Aos Fatos**, por meio de sua representante Tai Nalon.

4.67 A Senhora Tai Nalon informa que trouxe uma apresentação, em arquivo, demonstrando como a Agência Aos Fatos trabalha, tendo sido iniciada em jul/2015.

4.68 A Agência Aos Fatos gera um selo para as notícias que foram conferidas. Não mantém vínculos com quaisquer veículos de informação, sendo, portanto, independente. Entretanto, submete-se a auditorias externas.

4.69 Apresenta a informação de que 67% das pessoas se informam de forma praticamente exclusiva pelas redes sociais ou por mecanismos de busca, como o Google. O hábito de pesquisar e conferir se as informações recebidas são realmente verídicas não é realizado habitualmente pelos usuários.

4.70 Informa que, na terceira semana de outubro, já foram divulgadas mais de um milhão de notícias inverídicas, número este que deve estar subestimado.

4.71 Relata que a agência trabalha com o projeto Fátima<sup>16</sup> (*chatbot*), que faz dicas de verificação de informações, com a participação do Facebook. O robô Fátima irá conversar com os usuários via *Messenger*.

4.72 Este *bot*<sup>17</sup> também irá alimentar um aplicativo no Twitter que irá monitorar *tweets* (por meio do mapeamento dos URLs) com notícias falsas ou distorcidas. Ele responderá automaticamente aos usuários que tenham enviado notícias falsas para outras pessoas, de modo que o remetente saiba a qualidade da notícia que está divulgando aos demais.

4.73 Ressalta que usam o WhatsApp *business* para divulgar suas verificações, mas não existe uma parceria real entre a Agência Aos Fatos e o WhatsApp.

4.74 A segunda agência de checagem a participar é a **Agência Boatos**, por meio de seu representante Edgar Matsuki.

4.75 O Senhor Edgar Matsuki Informa que são apenas um *site* de conversa com os usuários, e não tanto uma empresa de checagem de fatos.

4.76 Esclarece que as *fake news* são um problema grave, e muitas pessoas já perderam suas vidas por conta da divulgação de notícias falsas, resultando em linchamentos e tratamentos de saúde indevidos. Se a propagação de notícias inverídicas não puder ser controlada, muitas outras pessoas também perderão suas vidas.

4.77 Explica que a Agência Boatos utiliza um método próprio de conferência dos fatos, que em geral são originados no WhatsApp (mil notícias por dia). Para minimizar a propagação das notícias falsas, fazem este contato direto com os usuários que enviaram a mensagem.

4.78 Informa que seu público principal é composto por pessoas que acabam só acessando a internet por meio do WhatsApp, não tendo acesso a muita leitura ou a outras fontes de informação.

4.79 Explica que é muito mais fácil para o usuário reenviar uma mensagem que recebeu do que checar se ela é verdadeira antes de reenviá-la a outros.

4.80 Coloca sua preocupação em os órgãos públicos virem a criminalizar o usuário de ferramentas sociais sem muito critério, pois muitas pessoas não entendem a dimensão das mensagens que estão divulgando para seus contatos.

4.81 Apresenta sua preocupação com o fato de muitas vezes haver demora excessiva ou não se desmentir informações críticas, pois esse comportamento pode colocar pessoas indevidamente em

<sup>16</sup> <http://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/noticias-verificadas/>.

<sup>17</sup> **Bot**, diminutivo de *robot*, também conhecido como *Internet bot* ou *web robot*, é uma aplicação de *software* concebido para simular ações humanas repetidas vezes de maneira padrão, da mesma forma como faria um robô.



risco de vida.

4.82 A terceira agência de checagem a participar é a **Agência Estadão Verifica**, por meio de seu representante Daniel Bramatti, que também trabalha com a Empresa Brasileira de Jornalismo Investigativo.

4.83 O Senhor Daniel Bramatti coloca que o boato gera uma reação emocional instantânea, porém o desmentido sempre foca no aspecto racional, cuja tendência a viralizar é bem menor.

4.84 Ressalta que a energia que se gasta para desmentir uma notícia falsa é sempre maior que a energia gasta para criar a mensagem inverídica.

4.85 Apresenta sua insatisfação em trabalhar arduamente para que o trabalho de divulgação de conteúdos falsos tenha sua repercussão sempre aquém do desejado, sempre menos impactante que a notícia inverídica.

4.86 A Agência Estadão Verifica tem um canal de contatos via WhatsApp, e esclarece que a criptografia facilita a divulgação de material sem possibilidade de controle de veracidade: 59.800 mensagens já chegaram para conferência por este meio.

4.87 O trabalho é feito de forma colaborativa entre profissionais de redações concorrentes, tendo entre 24 e 50 pessoas dedicadas ao assunto.

4.88 A título de exemplo, informa que, antes das eleições, começou a circular um vídeo pelo WhatsApp e Facebook que insinuava uma fraude no processo eleitoral de 2014, que se repetiria em 2018. Rapidamente, o vídeo com essas informações inverídicas chegou a dois milhões de visualizações.

4.89 Após a Agência Estadão Verifica encerrar sua participação, a Senhora Keyla Maggessy, do WhatsApp, agradece a todos a oportunidade de participar do evento, destacando que precisam encerrar sua videoconferência.

4.90 O Senhor Estêvão André Cardoso Waterloo agradece a participação dos representantes do WhatsApp e reitera a necessidade de parceria nesta última semana de processo eleitoral.

4.91 A quarta agência de checagem a participar é a **Agência E-farsas**, por meio de seu representante Gilmar Henrique Lopes.

4.92 O Senhor Gilmar Henrique Lopes é analista de sistemas e trabalha no site E-farsas, sendo o primeiro e mais antigo *site* de checagem de fatos. Esclarece que o *site* não é patrocinado por nenhuma empresa e sobrevive por meio de anúncios nas páginas de pesquisa do Google.

4.93 Declara que o objetivo do *site* é despertar o pensamento crítico nos leitores, de forma que passem sempre a questionar as notícias que habitualmente são divulgadas e multiplicadas pelos meios de comunicação.

4.94 Informa que o primeiro passo a se verificar na pesquisa da veracidade ou não da notícia é confirmar se há a data da postagem da notícia no *site*. Em geral, as notícias falsas não são datadas, mas requeitadas ciclicamente, como é o caso da notícia que dá a sugestão de que se vote nulo para que uma eleição seja anulada.

4.95 Esclarece que o único empregado do *site* E-farsas é ele próprio, então nem todas as informações que chegam até ele podem ser apuradas.

4.96 Finaliza sua participação solicitando que o TSE dê maior publicidade à questão da transparência de suas urnas e do processo eleitoral como um todo, para que o cidadão tenha confiança nas eleições e nos seus resultados.

4.97 A quinta agência de checagem a participar é a **Agência Folha Informações**, por meio de sua representante Sarah Mota Resende.

4.98 A Senhora Sarah Mota Resende informa que trabalham com os leitores, fazendo uma apuração jornalística, como se fosse uma reportagem, das notícias que vão chegando pelo WhatsApp. As consideradas mais relevantes são respondidas.

4.99 Esclarece que a Agência Folha Informações está trabalhando em parceria com a Agência Projeto Comprova.

4.100 Informa que o jornalismo profissional é o melhor meio para combater os conteúdos de *fake news*.

4.101 A Senhora Ana Cristina Machado da Rosa, do TSE, informa que amanhã (23/10/2018) será realizada a abertura de uma urna eletrônica, filmada pela imprensa, para que os cidadãos venham a conhecer melhor seu funcionamento.

4.102 A sexta agência de checagem a participar é a **Agência Lupa**, por meio de sua representante Cristina Tardáguila.

4.103 A Senhora Cristina Tardáguila esclarece que a Agência Lupa é composta por quinze pessoas, que trabalham ativamente.

4.104 Informa que os discursos dos políticos precisaram ir sendo alterados por eles ao longo do período eleitoral, com base nos desmentidos que foram sendo publicados pelas empresas de *fact checking*.

4.105 Ressalta que não adianta negar que as *fake news* são um problema sério no processo eleitoral. Informa que os *fact checkers* estão se unindo para trabalhar em conjunto no 2º turno, em um único canal, para ser possível a divulgação rápida e ao maior público possível até que a eleição 2018 finalize.

4.106 Para tanto, solicita apoio aos profissionais do TSE e dos TREs de modo que os órgãos divulguem os nomes e telefones para contato com os servidores que estejam de plantão e possam prestar informações precisas e rápidas às agências de checadores, para se obter rapidez nos desmentidos pelo sistema proposto.

4.107 Solicita ainda o apoio ao *news literacy*<sup>18</sup>, com a necessária educação à sociedade. Google e Facebook apoiam o projeto Lupa Educação, que busca a capacitação de profissionais de diversas áreas e alunos universitários, com oficinas presenciais e a distância, sempre trabalhando com o conceito do *Fake ou News*, que já superou quatro mil alunos no Ensino Médio. Por meio da plataforma Google, este projeto fica disponível também para professores e educadores.

4.108 Destaca que é importante a aproximação das agências de checagem com a Escola Judiciária Eleitoral (EJE), que poderia ajudar a multiplicar os conteúdos. Magistrados e fiscais eleitorais dos TREs de Rondônia, Mato Grosso do Sul e Pernambuco já receberam esses treinamentos. Os TREs de Pernambuco e Rondônia decidiram criar unidades locais de combate às *fake news*.

4.109 Antes de encerrar sua participação, registra que gostaria de realizar quatro propostas para o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições, para os anos de 2019 e 2020:

4.109.1 que sejam realizadas reuniões mensais, com a participação dos checadores de notícias;

4.109.2 que haja uma aproximação da Lupa Educação com a EJE;

4.109.3 que o trabalho do Conselho se torne permanente; e

4.109.4 que haja o investimento na *news literacy*, que poderia inclusive passar a ser incluído no currículo escolar, por provocação da Justiça Eleitoral para o Ministério da Educação.

4.110 A sétima e última agência de checagem a participar é a **Agência Fato ou Fake**, por meio de sua representante Márcia Menezes.

4.111 A Senhora Márcia Menezes informa que é a Diretora do G1 e representa o Grupo Globo no Projeto. Reforça que a mentira deve ser combatida com a verdade e a boa investigação.

4.112 Este projeto de combate às notícias inverídicas foi iniciado por ocasião das eleições de 2010, foi ampliado para 2014 e tomou o formato atual para 2018. As afiliadas da Rede Globo em todo o Brasil enviam as notícias recebidas, muitas vezes até estapafúrdias, que devem ser rapidamente combatidas.

<sup>18</sup> **News literacy** (alfabetização em notícias) é a aquisição de habilidades de pensamento crítico do século 21 para analisar e julgar a confiabilidade das notícias e informações, diferenciando entre fatos, opiniões e asserções na mídia que consumimos, criamos e distribuímos. É um componente necessário para a alfabetização na sociedade contemporânea.

4.113 Neste processo eleitoral de 2018, até ontem à noite (21/10/2018), os 60 a 70 jornalistas haviam realizado o esclarecimento de 160 boatos dentre as mais de 900 checagens. Informa que foram realizadas 16 milhões de consultas ao *site* da Agência Fato ou Fake para leitura das informações corretas.

4.114 A divulgação das checagens realizadas vem se dando por meio da Globonews, da rádio CBN, do site da Globo e pelas redes sociais. Os maiores desafios têm sido entender o caminho por onde as notícias falsas são propagadas e combater a amplitude de sua divulgação.

4.115 Ao final da última apresentação, foi aberto o espaço a perguntas aos representantes das agências, que não foram necessárias.

4.116 Finalizando o evento, o Senhor Estêvão André Cardoso Waterloo agradeceu a presença de todos, encerrando a sessão, tendo em conta que esta é a última semana antes do 2º turno e todos estão sobrecarregados de atividades e sem tempo, em especial os demais membros do Conselho Consultivo, com suas próprias atribuições nos respectivos órgãos.

4.117 Ressalta que todas as sugestões recebidas são muito bem-vindas, esclarecendo que não está falando em nome da Ministra Presidente do TSE nem em nome do Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições, que não se confunde com o TSE, pois nenhum dos membros pode ser porta-voz do Conselho.

4.118 Informa que o TSE buscará incorporar todas as sugestões já recebidas e agradece a todas que vierem a ser enviadas.

4.119 Ressalta que a situação parece grave, mas que nenhuma nação democrática, até o momento, regrou a questão do combate às *fake news* tão bem como o nosso país. Havia a expectativa de que o cenário fosse ainda pior que o atual, o que felizmente não ocorreu, sendo fruto do preparo realizado e do trabalho que vem sendo desempenhado pelos órgãos participantes do Conselho e de todos os demais colaboradores, como as agências de checagem e as empresas de ferramentas sociais.

4.120 Ainda destaca a importância do previsto na Recomendação n.º 4/2018<sup>19</sup>, do Conselho Nacional de Direitos Humanos, a qual reflete o necessário movimento do pêndulo onde oscilam a necessidade de maior regulação e o respeito à liberdade de expressão. Há recomendação expressa de que o tratamento às *fake news* observe a preservação da liberdade individual e a não criminalização da pessoas, bem como a restrição do uso da via policial.

## 5. Pendências

5.1 Sem anexos.

## 6. Anexos

6.1 Sem anexos.

## 7. Fechamento

| Data       | Nome do relator |
|------------|-----------------|
| 16/10/2018 | Sérgio Três     |

<sup>19</sup> [http://portal.impressanacional.gov.br/materia/-/asset\\_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/27129495/do1-2018-06-25-recomendacao-n-4-de-11-de-junho-de-2018-27129463](http://portal.impressanacional.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/27129495/do1-2018-06-25-recomendacao-n-4-de-11-de-junho-de-2018-27129463)