

## 1. Identificação da reunião

Data	Horário		Local	Relator
	Início	Término		
26/02/2018	16h25	17h56	Gabinete da Presidência do TSE	Sérgio Três

## 2. Objetivo

4ª Reunião Ordinária do Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições.

## 3. Participantes

Nome	Lotação
Ministro Luiz Fux	Tribunal Superior Eleitoral (TSE)
Julianna Sant'Ana Sesconetto	Tribunal Superior Eleitoral (TSE)
Ministro Carlos Bastide Horbach	Tribunal Superior Eleitoral (TSE)
Ugo de Barros Braga	Ministério da Justiça/ACS/GM
Amaro Grassi	Fundação Getúlio Vargas - FGV/DAPP
Estêvão André Cardoso Waterloo	Supremo Tribunal Federal - STF/ Gabinete da Ministra Rosa Weber
Danilo Doneda	SaferNet Brasil
Otávio Viegas Caixeta	Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações
Rômulo Fisch de Berredo Menezes	Polícia Federal
Maximiliano Salvadori Martinhão	Telebras/CGI/MCTIC
Sandro Torres Avelar	Polícia Federal
Andreia Mesquita Gramacho	Tribunal Superior Eleitoral (TSE)
Representante da ABIN	Agência Brasileira de Inteligência - ABIN/GSI
General de Brigada Jayme Octávio de Alexandre Queiroz	Centro de Defesa Cibernética do Departamento de Ciência e Tecnologia do Exército Brasileiro
Humberto Jacques de Medeiros	PGE - Procuradoria-Geral Eleitoral
Ministro Sérgio Banhos	Tribunal Superior Eleitoral (TSE)
Ministro Tarcisio Vieira de Carvalho Neto	Tribunal Superior Eleitoral (TSE)
Carlos Eduardo Frazão do Amaral	Tribunal Superior Eleitoral (TSE)
Marluce Fleury Flores	Tribunal Superior Eleitoral (TSE)

## 4. Assuntos tratados

4.1 O Ministro Luiz Fux abriu a reunião, solicitando que os novos membros se apresentassem aos demais.

4.2 Acrescentou que aquela era a 1ª reunião que estava participando presencialmente, na posição de Presidente do TSE, mas que já vinha acompanhando o andamento do grupo. Informou que está sendo negociada com o Congresso Nacional a tipificação de novos crimes penais que possam abranger os crimes eleitorais que estão sendo debatidos neste Conselho Consultivo.

4.3 O Senhor Humberto Jacques de Medeiros apresenta que estas notícias falsas receberão tratamento assemelhado ao já aplicado ao caso do terrorismo, como se verificou nas Olimpíadas ocorridas no Brasil, inovando-se na legislação do problema e mantendo-se as legislações antigas para os crimes anteriormente já previstos.

4.4 O Senhor Sandro Torres Avelar concorda com o exposto e informa que a Polícia Federal tem o mesmo entendimento sobre o assunto.

4.5 O Senhor Humberto Jacques de Medeiros apresenta que o problema da utilização de robôs é o principal a ser tratado e resolvido pelo grupo.

4.6 O Senhor Danilo Doneda apresenta que os robôs não apresentam apenas notícias falsas e são apenas esses robôs que devem ser combatidos.

4.7 O Ministro Luiz Fux apresenta sua preocupação com a legalidade desta legislação a ser criada, exatamente por isso, para não se ferir a liberdade de expressão, impedindo-se que os casos que venham a ser julgados pelo TSE não venham a ser finalizados aqui, mas que acabem indo para o Supremo Tribunal Federal.

4.8 O Senhor Ugo de Barros Braga apresenta que a criação de um tipo penal objetiva imputar uma pena a alguém. O problema dos robôs é exatamente a impossibilidade de sua punição, o que é ainda mais dificultado considerando-se o âmbito internacional do problema, não restrito a fronteiras territoriais. Não obstante, o objetivo final a ser atingido é sempre a neutralização das *fake news*, entendendo que bastaria que o TSE “carimbasse” a notícia como sendo falsa para impedir sua propagação.

4.9 O Ministro Luiz Fux apresenta que a imprensa nacional será o principal parceiro para aferir a verossimilhança das informações, ratificando-as ou negando-as após sua análise.

4.10 O Senhor Carlos Eduardo Frazão do Amaral apresenta a extrema dificuldade de se implementar isso no TSE, considerando-se que os recursos de informática do TSE estão todos voltados para a viabilização das eleições 2018.

4.11 O Senhor Humberto Jacques de Medeiros informa que a combinação de três problemas o preocupa, quando surgem simultaneamente no material político divulgado: ser falso; ser agressivo; e ter formato industrial ou ser produzido de maneira formatada para uma propagação danosa, lesando um interesse alheio.

4.12 O Ministro Luiz Fux reitera que a imprensa precisa ser parceira nesta empreitada.

4.13 O Senhor Amaro Grassi apresenta que o tempo de identificação destas ocorrências é crítico, e sua preocupação é com a campanha eleitoral de 45 dias e o tempo de resposta que haverá. Em especial na tempestividade na identificação de mensagens enviadas por meio de robôs, seja por meio da concessão do direito de resposta, seja por meio de o provedor do aplicativo promover a remoção do acesso à informação indevida.

4.14 O Ministro Luiz Fux apresenta que a motivação da parte será o início do processo de verificação das informações.

4.15 O Senhor Sandro Avelar apresenta que a necessidade de se consolidar uma situação de falso + agressivo + industrial é importante, porém um candidato pode também divulgar ser um candidato mais honesto que o outro, segundo a pesquisa “X”, sendo que essa pesquisa foi realizada por um instituto inexistente. Ou seja, a informação não é verídica, pois a pesquisa de opinião nunca foi feita.

4.16 A provocação para a apuração das informações deve partir das coligações, não de Ofício, informa o Ministro Luiz Fux.

4.17 O Ministro Tarcísio Vieira de Carvalho Neto informa que poderiam ser constituídas comissões de acompanhamento das matérias eleitorais.

4.18 O Ministro Luiz Fux informa que a “inércia do judiciário” é importante nesses momentos, de modo que não se diga posteriormente que o TSE está direcionando as campanhas políticas e favorecendo a um ou a outro candidato.

4.19 O Senhor Amaro Grassi informa que, nas eleições americanas, várias mensagens não puderam ser rastreadas, pois tramitavam exclusivamente dentro de grupos fechados, sendo os efeitos daquelas informações conhecidos apenas após a finalização do processo eleitoral. Isso exemplifica a falta de transparência<sup>1</sup> dos provedores de aplicativos e redes sociais, não havendo muito tempo hábil para explorar melhor esse assunto.

---

<sup>1</sup> O presidente Michel Temer sancionou em 6.10.2017, com alguns vetos, duas leis que traziam mudanças propostas pelo Congresso nas regras eleitorais. Temer vetou a regra que obrigaria provedores de aplicativos e redes sociais a retirar da internet, em 24 horas e mesmo sem ordem judicial, qualquer publicação denunciada por ser falsa ou incitar o ódio contra partido ou coligação. <http://www.abranet.org.br/Noticias/Temer-veta-regra-que-obrigaria-provedores-e-redes-sociais-a-retirar-da-internet-1640.html?UserActiveTemplate=site#.WpWoiq6nGUk>. As mudanças iam contra o Marco Civil da Internet.

4.20 O Senhor Maximiliano Salvadori Martinhão informa que no Comitê Gestor da Internet (CGI) uma das preocupações é a universalidade da internet. O bloqueio de aplicativos como o Whatsapp, nem sempre funciona da maneira como se esperaria na decisão judicial inicial.

4.21 Acrescenta que as empresas que participaram da 3ª reunião do Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições (**Whatsapp, Facebook, Twitter e Google**) são plataformas que voluntariamente se prontificaram a apoiar este controle de *fake news* em seus aplicativos.

4.22 Sendo assim, nesta colaboração, é fundamental que se divulgue amplamente as normas do TSE, esclarecendo quais atos dos cidadãos podem ser caracterizados como violações eleitorais, para que a própria população fique atenta a isso.

4.23 Por fim, acrescenta que os *fact checkers*<sup>2</sup> são peças importantes neste processo, podendo os partidos políticos se aproveitar disso para acelerar seu direito de resposta às informações inverídicas. Em geral, são jornalistas que saíram de agências e criaram suas próprias empresas de *fact check*. O próprio site do G1<sup>3</sup> já apresenta uma área específica para tratar do assunto.

4.24 O Senhor Danilo Doneda lembrou que o Google, na reunião anterior do Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições havia apresentado empresas que estão sendo associadas a eles para a verificação das notícias apresentadas nas pesquisas.

4.25 A Senhora Andreia Mesquita Gramacho informa que poderia ser realizada uma parceria *pro bono*<sup>4</sup> com essas empresas de *fact check*. Informa que as empresas de redes sociais têm uma grande responsabilidade em divulgar suas parcerias com empresas de *fact check*, podendo ser proativas em informar ao TSE quem são as fontes pagadoras das notícias patrocinadas que são divulgadas, quando for o caso.

4.26 O Senhor Amaro Grassi concorda com as parcerias com empresas de *fact check*, mas seria também muito importante a identificação de perfis massivos de divulgação de informações, passando-as para as autoridades competentes, para que adotem as medidas legais, quando for o caso.

4.27 O Senhor Ugo de Barros Braga ressalta que as notícias do tipo *fake news* não precisam ser financiadas. Isto se deve ao fato de apresentarem assuntos que normalmente já aguçam a curiosidade dos leitores, por si só. Entretanto, podem deixar o registro de um ou mais crimes eleitorais a partir do financiamento dos robôs que as enviam.

4.28 O Ministro Luiz Fux apresenta que a punição dos divulgadores é uma preocupação menor neste momento, residual, visto que o mais importante é se conseguir frustrar a intenção do divulgador e a propagação da notícia falsa.

4.29 O Senhor Otavio Caixeta apresenta que nos Estados Unidos da América (EUA) as plataformas só poderão fazer a divulgação de notícias pagas quando os pagamentos tenham sua origem em moradores identificados nos EUA, impedindo-se os pagamentos vindos do exterior.

4.30 O Ministro Tarcisio Vieira de Carvalho Neto informa que os financiadores devem prestar contas neste processo eleitoral público.

4.31 O Senhor Amaro Grassi ficou de enviar um documento enviado medidas que poderiam ser adotadas.

4.32 O Ministro Tarcisio Vieira de Carvalho Neto acrescenta que a previsão é de que até o dia 5.3.2018 seja publicada uma norma tratando das *fake news*.

4.33 O Ministro Sérgio Banhos apresenta a importância de se ter um documento, a ser gerado coletivamente pelo Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições, divulgando as medidas possíveis que estão sendo adotadas para controle das *fake news*.

<sup>2</sup> “**Fact check**” é o ato de verificar afirmações factuais em textos não fictícios, a fim de determinar sua veracidade e a correção das declarações no texto. Isso pode ser feito antes (*ad hoc*) ou depois (*post hoc*), que o texto foi publicado ou disseminado de outra forma. “**Fact checkers**” são as pessoas ou empresas que desenvolvem esta atividade de conferência e validação das informações. <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>.

<sup>3</sup> O **site G1** apresenta em seu menu de editoriais a opção “É ou não é”, que aborda a checagem de informações que circulam nos meios de comunicação, explicando aos leitores se são verdadeiras ou não: <https://g1.globo.com/e-ou-nao-e/>.

<sup>4</sup> **Pro bono** é a forma reduzida da locução latina *pro bono publica*, que significa “pelo bem público” ou “em benefício do público”. É uma frase em latim para o trabalho profissional realizado voluntariamente e sem pagamento.

4.34 O Senhor (Representante da ABIN) apresenta que está atento a se evitar que um financiador externo participe deste processo, no que foi acompanhado pelo Senhor Humberto Jacques de Medeiros.

4.35 O Senhor Carlos Eduardo Frazão do Amaral informa que já se observou que a dificuldade em acessar os metadados das plataformas de redes sociais dificulta o controle dos órgãos de inteligência brasileiros na propagação das *fake news*.

4.36 O Senhor Maximiliano Salvadori Martinhão informa que as plataformas monitorarão notícias atestadas por *fact checkers* como inverídicas, e se prontificaram a remover automaticamente estes conteúdos. Da mesma forma, quando os órgãos informarem que um conteúdo é indevido, eles realizarão a remoção do conteúdo.

4.37 Propõe que os órgãos que compõem o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições voltem a se reunir com as plataformas de redes sociais (**Whatsapp, Facebook, Twitter e Google**) para negociar maior acesso a esses metadados.

4.38 O Senhor Estêvão André Cardoso Waterloo reitera que não é interesse das plataformas manter conteúdos falsos em seus aplicativos, mas dispor de credibilidade junto a seus usuários. As plataformas que participaram na reunião anterior se prontificaram a ser céleres. Os parâmetros necessários a cada uma delas para a instrução de ação judicial já foram encaminhados aos membros do Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições, cabendo ao TSE realizar a divulgação desses critérios mínimos para a justiça eleitoral, permitindo-se a célere e correta identificação das notícias a serem removidas em cada plataforma.

4.39 Acrescenta sua preocupação quanto à possibilidade de haver a exposição do TSE ao se cancelar uma notícia que se comprove posteriormente ser apenas parcialmente verdadeira, se essa fosse uma solução a ser adotada para o controle das *fake news*.

4.40 O Senhor Carlos Eduardo Frazão do Amaral informa que o TSE realizará reunião com todos os juízes eleitorais para orientá-los e ajudá-los na adoção das providências necessárias durante o processo eleitoral.

4.41 O General de Brigada Jayme Octávio de Alexandre Queiroz informa que não tem condições de definir o que seriam *fake news*, mas poderá apoiar tecnicamente os demais. Para tanto, requererá também o apoio das plataformas sociais, em muitos casos.

4.42 Apresenta ainda a necessidade de o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições especificar de forma mais detalhada qual será o papel que cada órgão terá neste processo eleitoral, definindo-se suas áreas de atuação.

4.43 O Ministro Luiz Fux ratifica o entendimento de que as atribuições dos órgãos precisam ser definidas com maior detalhamento.

4.44 O Senhor Rômulo Fisch de Berredo Menezes informa que é necessário se preservar a materialidade do crime, para que se possam realizar as apurações necessárias e alguma punição ulterior aos responsáveis, não bastando a mera remoção do acesso à informação inverídica para tanto.

4.45 O Ministro Luiz Fux apresenta que a divulgação das *fake news* é um atentado pessoal, um crime contra a honra, o qual busca destruir o processo democrático.

4.46 O Senhor Humberto Jacques de Medeiros apresenta que a imprensa, além dos *fact checkers*, precisa ser sensibilizada sobre quando usar o silêncio sobre as *fake news* e sobre quando combatê-las. Idem aos partidos políticos.

4.47 O Senhor Amaro Grassi tentará buscar informações mais detalhadas junto aos provedores para melhorar os algoritmos<sup>5</sup> de controle das notícias. Solicita o apoio do TSE para acelerar a resposta do Google sobre o assunto, pendente até a data dessa reunião, o que foi acatado pelos presentes.

---

<sup>5</sup> Em matemática e ciência da computação, um **algoritmo** é uma especificação inequívoca de como resolver uma classe de problemas. Algoritmos podem executar tarefas de cálculo, processamento de dados e raciocínio automatizado. É uma sequência finita de instruções bem definidas e não ambíguas, cada uma das quais devendo ser executadas mecânica ou eletronicamente em um intervalo de tempo finito e com uma quantidade de esforço finita para atingir determinado objetivo.



4.48 Acrescenta que essas informações adicionais solicitadas tratam basicamente de informações anônimas, que denunciariam a existência de uma ação automatizada de robôs, permitindo-se um controle mais efetivo do tráfego das informações.

4.49 A título de exemplo sobre como algumas regras já vêm funcionando, a Senhora Andreia Mesquita Gramacho informou que na página de Facebook do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) havia sido publicada uma postagem sobre o massacre de Carandiru, em uma ação promovida pelo órgão. O resultado foi que o Facebook bloqueou automaticamente o perfil do CNJ naquela ocasião.

4.50 Imaginou-se que tal ocorreu por conta da publicação, anexa ao texto, de foto passível de ter pessoas despidas no pátio da prisão, divulgada pelos jornais à época, o que não havia sido o caso, considerando-se que a foto divulgada pelo CNJ havia sido deliberadamente distorcida para não mostrar detalhes da foto original. Após contato com a empresa, o perfil do CNJ voltou a ficar disponível, sem maiores esclarecimentos.

4.51 Neste momento, o Senhor Maximiliano Salvadori Martinhão recebeu em mãos um envelope com dez cópias impressas e encadernadas do relatório final do “I Fórum Internet e Eleições”, realizado em 7.12.2017. Disponibilizou nove das cópias impressas para o TSE distribuir aos membros do Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições.

4.52 Considerando-se que não havia tempo de realizar a reprodução imediata do material para todos, decidiu-se que o documento será digitalizado e enviado a todos por e-mail.

4.53 O Senhor Maximiliano Salvadori Martinhão informa ainda que no dia 4 de abril haverá o Seminário “Desafios da Internet no Debate Democrático e nas Eleições” e nos dias 5 e 6 de abril haverá uma mesa redonda para tratar dos assuntos apresentados no seminário. A mesa redonda será composta de acadêmicos, membros da sociedade civil e representantes do governo. Esclarece que os dois eventos ocorrerão na cidade de São Paulo. O Senhor Maximiliano Salvadori Martinhão solicita que o Ministro Luiz Fux indique dez pessoas para participar do evento.

4.54 O Senhor Humberto Jacques de Medeiros apresenta que a propaganda no TSE é basicamente a presidencial, mas que os princípios definidos pelo grupo poderão ser utilizados nas eleições estaduais e municipais.

4.55 O Ministro Luiz Fux esclarece que a legislação eleitoral valerá também para os Tribunais Regionais Eleitorais (TREs).

4.56 O Senhor Estêvão André Cardoso Waterloo apresenta que seria bom que alguém da Secretaria da Receita Federal (SRF) pudesse acompanhar a utilização de recursos estrangeiros “nacionalizados” para a eleição brasileira. Ou seja, ajudar a rastrear não apenas a origem, mas também os responsáveis pela utilização de moedas estrangeiras no financiamento de despesas decorrentes do processo eleitoral brasileiro.

4.57 O Ministro Luiz Fux informa que a reunião está se encerrando e coloca a palavra aberta aos demais que ainda desejem se manifestar.

4.58 O Senhor Carlos Eduardo Frazão do Amaral apresenta que deseja divulgar uma minuta da norma que está sendo composta, para que os demais membros se manifestem antes da finalização da versão final, a qual poderia ser encaminhada e discutida até o final dessa semana (2.3.2018).

4.58.1 Ao final, acrescentou o Ministro Luiz Fux na próxima segunda-feira, 5.2.2018, às 14h30, ocorrerá a 5ª reunião do Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições, ocasião em que o TSE receberá representante do FBI<sup>6</sup>, para tratar dos crimes eleitorais nos EUA.

4.59 O Senhor Rômulo Fisch de Berredo Menezes informou que o Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso do Sul (TRE-MS) tratou recentemente da propaganda enganosa e seria bom que se tomasse conhecimento do material produzido.

4.60 O Ministro Luiz Fux informa que a próxima reunião se dará em 05/03/2018, às 14h30, no Tribunal Superior Eleitoral, com o FBI e o Diretor-Geral da Polícia Federal, agradece a todos os presentes e encerra a reunião.

6 O FBI é o *Federal Bureau of Investigation*, o serviço de segurança e inteligência doméstica dos EUA e sua principal agência federal de aplicação da lei. Operando sob a jurisdição do Departamento de Justiça dos EUA, o FBI também é membro da Comunidade de Inteligência dos EUA e se reporta ao Procurador-Geral e ao Diretor de Inteligência Nacional. O FBI é uma organização líder no combate ao terrorismo, realizando tarefas de contrainteligência e investigações criminosas nos EUA.

## 5. Pendências

Ação	Responsável	Data prevista
Envio do relatório final do “I Fórum Internet e Eleições” para todos os membros por meio eletrônico	TSE	27.2.2018
Envio de documento com propostas de medidas que podem ser adotadas para que os financiadores de campanha prestem contas no processo eleitoral público	FGV	2.3.2018
Verificação do documento produzido pelo TRE-MS sobre propaganda enganosa	TSE	2.3.2018

## 6. Anexos

6.1 Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGIBR) - relatório final do “I Fórum Internet e Eleições”.

## 7. Fechamento

Data	Nome do relator
26/02/2018	Sérgio Três

egi.br

Comitê Gestor da Internet no Brasil

nic.br

Núcleo de Informação  
e Coordenação do  
Ponto BR

# **I Fórum Internet e Eleições**

7 de dezembro de 2017

Tribunal Superior Eleitoral (TSE)

com o apoio do

Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) e

Comitê Gestor da Internet (CGI.br)

## **RELATÓRIO FINAL**

*Reladoras:*

Soraia Mello [soraiasilvamello@gmail.com](mailto:soraiasilvamello@gmail.com)

Renata Florentino [tataflorentino@gmail.com](mailto:tataflorentino@gmail.com)

*Brasília, 17 de dezembro de 2017*

## Sumário

APRESENTAÇÃO	4
PARTE I – SISTEMATIZAÇÃO ANALÍTICA	5
PARTE II – RESUMO DO EVENTO	7
Abertura	7
Sessão 1 - Fake News, Mídia e Eleições	8
Sessão 2 - Propaganda Eleitoral e Bots	13
Sessão 3 - Arrecadação para Campanhas via Internet	17
Sessão 4 - Redes Sociais, Identidade e Anonimato	21



## APRESENTAÇÃO

O Fórum Internet e Eleições foi realizado pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) com o apoio do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações e do Comitê Gestor da Internet (CGI.br), em 7 de dezembro de 2017, das 8h30 às 18h, no Auditório 3 do TSE, em Brasília e também transmitido ao vivo pela Internet.

Cerca de 120 participantes acompanharam o evento, cuja abertura contou com a presença do Ministro do Supremo Tribunal Federal e Presidente do Tribunal Superior Eleitoral Gilmar Mendes, do Ministro da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações Gilberto Kassab e do Coordenador do CGI.br Maximiliano Martinhão.

As discussões no Fórum foram organizadas em quatro sessões, com 21 especialistas nos temas:

- 1) Fake news, mídia e eleições
- 2) Propaganda eleitoral e bots
- 3) Arrecadação para campanhas via Internet
- 4) Redes sociais, identidade e anonimato

No canal da Justiça Eleitoral no YouTube está disponível o evento na íntegra, organizado em duas partes: vídeo da abertura e sessões 1 e 2<sup>1</sup> e o vídeo das sessões 3 e 4<sup>2</sup>.

Este relatório contém a síntese das discussões realizadas durante o Fórum Internet e Eleições. Está organizado em duas partes. A primeira contém a sistematização das principais convergências, divergências, desafios e proposições identificadas pela relatoria ao longo do evento. A segunda parte contém o resumo das exposições dos especialistas e da interação com o público, em cada sessão.

---

<sup>1</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=Z-ucXudrBL4>

<sup>2</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=seiSCHo8-k0&t=33s>

## PARTE I – SISTEMATIZAÇÃO ANALÍTICA

Convergências	Divergências
A discussão sobre notícias falsas é anterior à Internet, mas é potencializada pela velocidade e alcance das redes sociais e a presença de robôs	A remoção de conteúdo seria uma forma de combate às <i>fake news</i> ?
É preciso articular esforços do TSE, atores políticos, setor privado e sociedade civil para enfrentar a questão	Como punir quem produz, compartilha e se beneficia das <i>fake news</i> ?
É preciso saber diferenciar perfis falsos de pseudônimos para saber que ação deve ser monitorada, sem prejudicar usuários comuns	Existe uma definição precisa do que é <i>fake news</i> (notícia falsa, terrorismo eleitoral, manchete exagerada, notícia enviesada, sátira etc.)?
Soluções para abusos na rede não podem restringir liberdade de expressão	A revelação da fonte de informação é uma forma de checagem ou combate às <i>fake news</i> ?
Há uma dificuldade de aplicação efetiva da lei pela falta de mecanismos efetivos de controle	Qual deve ser o processo judicial ou tramitação para remoção de conteúdo?
Uso dos <i>bots</i> tanto pode estar a serviço de interesses coletivos legítimos como com objetivos de prejudicar alguém/grupos	Será possível rastrear quem está pagando os anúncios pagos com recurso público na Internet?
A privacidade deve ser preservada também no ambiente virtual	Há risco de criminalizar liberdade de expressão ao se combater <i>fake news</i> ?
<i>Fake news</i> afetam resultado eleitoral	
A distribuição de <i>fake news</i> é barata e rentável como modelo de negócio	

Desafios
Regulação do ambiente <i>online</i> durante o processo eleitoral a fim de minimizar a manipulação do processo político: é fundamental ter definições mínimas e claras para impulsionamento, anonimato, remoção de conteúdo, cancelamento de nomes e domínios, propagandas por robôs.
Aplicação do direito eleitoral no <i>crowdfunding</i> , campanha antecipada e manifestação política na Internet.
Enfrentar a crise na geração de informação de qualidade x atual modelo de negócio da imprensa.
Como tratar o risco da concentração nas empresas líderes a contratação de serviço de impulsionamento de postagens nas redes sociais?
Propostas dos candidatos pouco claras e mensagens individualizadas para as bolhas ideológicas geram prejuízo para o debate público, pois a contradição não é identificada publicamente na rede
Como definir o que é falso?
Restringir abuso do poder econômico nas eleições.
Como a Justiça Eleitoral pode monitorar ou denunciar uma peça impulsionada que não se tem conhecimento, dados os filtros de algoritmos?
Definir sanções não violadoras da liberdade de expressão para candidaturas e perfis.

Como identificar rapidamente <i>bots</i> sociais utilizando técnicas de persuasão, criando infraestruturas para espalhar notícias de forma muito rápida.
<i>Bots</i> vão gerar impacto na formação do senso crítico das pessoas?
Estabelecimento de princípios éticos para uso da tecnologia nas Eleições 2018.
<i>Big data</i> no Brasil é especialmente grave, pois não há lei de proteção de dados pessoais.
Controle pode ameaçar a liberdade de expressão.
Rastreabilidade dos recursos financeiros de financiamento das campanhas eleitorais.
Candidatos e partidos sem cultura de captação de recursos junto a pessoa física.
Integração de bases de dados.
Fazer a prestação de contas total de forma instantânea, durante a campanha, para permitir controle social.
Cultura de liberdade de expressão ainda não está consolidada no Judiciário. Há que se proteger direito de crítica mesmo quando ácida.

Proposições
Observar Consulta Pública da União Europeia sobre alternativas para mitigar consequências negativas sobre <i>fake news</i> .
Formar uma grande rede de <i>fact checkers</i> .
Autorregulação dos setores privados (imprensa, plataforma digitais) para atenção com ilicitudes e atitude proativa.
Fomentar o jornalismo de qualidade.
Campanhas de educação com o apoio da imprensa e TSE.
Política de anúncios do Facebook deve ser mais transparente, para revelar anúncios pagos e quanto cada empresa gastou com propaganda. Trazer para o Brasil a experiência piloto que está sendo feita no Canadá.
Impulsionamento em redes sociais deve ter limites e transparência sobre conteúdos patrocinados.
TSE deve buscar assessoria de grupos multissetoriais para o uso da Internet.
Além da prestação de contas financeira, campanhas deveriam declarar uso de tecnologias.
TSE pode contar com <i>blockchain</i> próprio para o controle de financiamento de campanhas: evita fraudes, facilita a autenticação de documentos, a identidade digital, a transparência ativa e o controle social.
Necessidade de investimento em tecnologia. União entre órgãos de fiscalização + sociedade civil + transparência.



## PARTE II – RESUMO DO EVENTO

### Abertura

**Maximiliano Martinhão, Coordenador do CGI.br**, destacou que a democracia e a Internet são temas relevantes para o Brasil e que, recentemente, na reforma política, havia a previsão de dispositivo (art. 57-B da lei) permitindo a remoção de conteúdo da Internet, sem autorização judicial, em caso de não identificação pessoal do usuário responsável por discurso de ódio, disseminação de informações falsas ou ofensas a partidos etc. O CGI.br pediu veto presidencial a este dispositivo que contrariava o Marco Civil da Internet e decidiu fomentar eventos relacionados a eleições e Internet. Maximiliano também apresentou dados sobre a Internet no Brasil. De acordo com o relatório da UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento), o Brasil tem mais de 120 mil pessoas conectadas, sendo o 4º no ranking, atrás de Estados Unidos, Índia e China. A pesquisa "TIC Domicílios" do CGI.br indica que mais de 60% da população brasileira acima de 10 anos de idade está na Internet, sendo que 89% das pessoas acessam para utilizar aplicativos como WhatsApp e 78% as redes sociais. Ele afirmou que a Internet já é a principal fonte de informação da população e fundamental na formação da opinião pública. Partidos e candidatos utilizaram a Internet para que suas mensagens e propostas alcancem os eleitores e os provedores de aplicações e de conteúdos se consolidarão na esfera pública. Por outro lado, o Coordenador do CGI.br ressaltou que a falta de curadoria demanda senso crítico dos consumidores das informações na Internet e que, no mundo da pós-verdade, fatos pouco contribuem para mudar opiniões. Atualmente está em discussão: a participação de nações estrangeiras em pleitos nacionais; manipulação de informações de acordo com o perfil individual com base no histórico de interações do usuário; interação de pessoas com robôs criados para defender certas posições; como a Internet pode impactar de forma positiva a democracia por meio da diminuição de custos de campanha e trazer um debate mais nivelado entre os candidatos. Um dos principais pontos a ser observado, de acordo com ele, é o possível confronto entre os agentes privados responsáveis pela infraestrutura, redes e aplicações e o ambiente regulatório dos países dos usuários dos serviços. Por fim, ele afirmou que nas eleições 2018 a Internet terá um impacto como nunca houve antes, com 144 milhões de eleitores numa eleição com ambiente digital, que merecem atenção para que não sejam vítimas.

**Ministro Gilberto Kassab, MCTIC** disse que assim que assumiu o MCTIC recebeu proposta do Ministro Gilmar Mendes para aproximar-se do TSE. Afirmou que o Brasil é referência em soluções eletrônicas como a declaração de imposto de renda, as urnas eletrônicas e agora, com esse passo que o TSE deu, acredita que o Brasil pode se tornar referência quanto à utilização adequada das tecnologias de informação nas eleições. Solicitou ao CGI um papel ainda mais ativo nas questões regulatórias.

**Ministro Gilmar Mendes, STF e TSE** afirmou que hoje a Internet é usada constantemente como arma de manipulação no processo político, com a utilização crescente das *fake news*. Mas demonstrou que a criação de notícias falsas em disputas políticas sempre existiu, desde a

Roma Antiga, no século XX com os nazistas e na democracia brasileira, antes da Internet. Cita que é uma prática antiga dos marqueteiros, que sabem que a recepção de conteúdo pelos seres humanos é seletiva. Atualmente, porém, com a Internet e as redes sociais, a divulgação é instantânea, fácil, barata e em escala exponencial. O mundo é conectado e interativo: das 7,5 bilhões de pessoas no mundo, 40% usam as redes. No Brasil 78,3 milhões de pessoas estão nas redes sociais. Facebook tem 1,5 bilhões de usuários cadastrados, sendo 83 milhões de brasileiros. WhatsApp conta com 38 milhões brasileiros, correspondendo a 8% dos usuários mundiais. Mostrou como exemplo do impacto dos boatos, factoides, mentiras e pós-verdade, as eleições americanas, as francesas e o *Brexit*. Ressalta que o direito eleitoral precisa lidar com o *crowdfunding*, com campanha antecipada e com a manifestação política na Internet neste mundo em transição, tanto para o direito eleitoral quanto para a comunicação. E que a Justiça Eleitoral tem o papel de fortalecer o processo democrático nesse novo contexto.

## Sessão 1 - Fake News, Mídia e Eleições

**Presidente de mesa: Luciano Fuck, Secretário-Geral do Tribunal Superior Eleitoral**, citou que este é o primeiro evento e que haverá aprofundamento.

**Thiago Tavares, Fundador da Safernet e Conselheiro do CGI**, com apoio de uma apresentação (anexo 1), levantou os seguintes pontos:

- O tema é complexo e discutido em muitos países;
- Contribuiu em relação às *fake news* no cenário internacional e com um estudo de caso no Brasil que a Safernet estudou: a Baleia azul;
- A Safernet é ONG sem vinculação partidária, que atua com Direitos Humanos e Liberdades na Internet há 11 anos, com o compromisso de trabalhar com educação para boas práticas online. Liberdade + conhecimento = boas escolhas;
- *Fake news* são um problema real que já acontece;
- Das eleições de 2014 para cá, as notícias falsas tiveram impacto no eleitorado americano.  
Exemplos: Papa Francisco apoiou Trump; Wikileaks confirma que Hillary teria vendido armas para o Estado Islâmico;
- Estudos nos EUA mostram que as *fake news* geraram mais engajamento que as notícias geradas pelo *mainstream* da comunicação. Pessoas acreditavam que a notícia era verdadeira. O objetivo das *fake news* é gerar confusão;
- Brasil está dentre os países mais preocupados com *fake news*, de acordo com a pesquisa da BBC World Service/GlobeScan de abril de 2017;
- *Fake news* é rentável e barata, e jornalismo de qualidade é caro. Por isso estão surgindo fábricas de *fake news*;
- Metodologia de elaboração e estratégia: Empresa indiana, em parceria com Cambridge Analytica, usou como estratégia a mineração de dados dos eleitores (*Bigdata analysis*) para traçar perfil e conteúdo direcionado aos seguidores na campanha de Trump. O número de seguidores de Trump nas redes sociais fez diferença nas eleições. O engajamento de notícias no Facebook foi maior que das notícias tradicionais;
- Estudo de caso: Baleia Azul. Em 1º de abril de 2017, ocorreu a primeira matéria na Rede Record que tratou de forma sensacionalista um tema sensível: suicídio de jovens



(maior faixa etária que tenta suicídio no Brasil). De 120 mil tentativas, há 12 mil suicídios. Boas práticas da Organização Mundial de Saúde de comunicação sobre suicídio foram ignoradas. Deve-se evitar curiosidade sobre as técnicas pois a reincidência é alta;

- Ao dar detalhes, a matéria gerou curiosidade, comprovada pelo *Google trends*. Teve início o debate sobre ser notícia falsa ou não. Conclusão de estudos da Safernet no mundo: era já sabido nas buscas em inglês se tratar de *fake news*. Ainda assim a Record levou ao ar a matéria. Safernet lançou uma nota pública em dia 19 de abril de 2017, não impulsionada, mas que acabou viralizando (159 mil compartilhamentos), com recomendações aos pais e jornalistas. A cobertura jornalística deixou de explorar o sensacionalismo e o debate se qualificou. Depois fizeram campanha impulsionada com o Facebook (3 milhões de visualizações) sobre apoio e orientações em casos de suicídio, com equipe de psicólogos online para atender jovens;
- O principal vetor de informação sobre o caso Baleia Azul foi a agência russa de notícias estatal Sputnik, em 17 novembro 2016, sobre a prisão do criador do jogo. No Brasil a mesma notícia foi divulgada como novidade em 12 maio de 2017. O objetivo foi dar sobrevida a *fake news*. Baseado no caso Baleia Azul aconteceram 4 audiências públicas em 40 dias e mais de 10 projetos de lei propondo a retirada automática de conteúdo na Web (censura) e projetos de bloqueio de sites, aplicativos e 1 CPI. Ou seja, as *fake news* estão influenciando o debate político no Brasil;
- Sugestão ao TSE: acompanhar a consulta pública da União Europeia sobre *fake news* e desinformação *online* para coletar possíveis alternativas e soluções para mitigar os danos causados, preservando os direitos fundamentais.

Comentário de **Luciano Fuck**: Os algoritmos e o impulsionamento levam as pessoas a acreditarem nas *fake news*. A negativa às *fake news* não tem o mesmo apelo. Os projetos de lei são soluções tradicionais do passado que não se aplicam ao cenário atual. *Fact checking* pode ser a solução/remédio para isso.

**Cristina Tardáguila, Diretora da Agência Lupa**, com apoio de uma apresentação (anexo 2), levantou como principais pontos:

- Tema: Fact-checking;
- Notícias falsas circuladas recentemente: Papa Francisco apoia Trump. Obama não é americano. Tubarão nada em enchente em Houston. No Brasil: Banco Santander perde clientes por ter apoiado exposição de arte. Rock in Rio gerou muito lixo. Sergio Moro chora devido à condenação do Lula;
- O profissional *fact checker* checa se o fato é real ou não. O prêmio Pulitzer de 2009 foi para uma agência de *fact-checking*;
- Notícia falsa MATA. Fabiane de Jesus foi vítima de linchamento por informação falsa que circulou no Facebook de que ela matava crianças com magia negra. Um professor canadense teve sua foto adulterada e foi acusado do atentado em Nice, mas conseguiu sobreviver à perseguição a ele e sua família;
- Checar notícia é indispensável e pode ser fácil;
- Foto de duas crianças no Nepal vítimas no terremoto de 2017. Na verdade, a foto era de maio de 2012, no Vietnã, e as crianças estão com medo da câmera fotográfica. Leva 30 segundos para descobrir com a ferramenta TinEye;
- Todos somos alvos de notícias falsas, que sempre existiram, mas hoje temos as redes sociais e as bolhas digitais que fazem pessoas dialogar somente com iguais. Também

temos a rentabilidade dos geradores de *fake news*, que geram engajamento e visualizações;

- Onde tem crise há notícia falsa. Anos 70: Nixon - Vietnã. Anos 80: Regan - armamento dos Contra. Anos 90: Clinton - Monica Lewinsky. Na Europa: Aznar - 11m. Na Argentina: Cristina Kirchner - menor dívida no mundo. No Brasil: Médici negava tortura, Figueiredo negou Riocentro. A mentira é intrínseca à política, mas quais mentiras toleramos e não toleramos? Sadam Hussein disse que tinha armas de destruição em massa e a mentira se voltou contra ele;
- É preciso estar em dúvida constante;
- A Agência Lupa tem uma rede de checadores no mundo. Isto afeta todas as nações. No Brasil são 3 certificados pelo *International Fact-checking* (IFCN);
- Princípios do fact checking:

1. Transparência total em relação às suas fontes;
2. Transparência total da metodologia de trabalho;
3. Transparência total no financiamento;
4. Política de auto retratação;
5. Apartidarismo total passível de retratação.

- 7 dicas para checar notícias - conferir com atenções seguintes pontos:

1. Atenção a dados sem fonte;
2. Duvide de conclusões simples do tipo "A causa B";
3. Cuidado com comparação entre números absolutos e relativos;
4. Cuidado com dados que sempre são atualizados (como saúde e violência);
5. Suspeitar de afirmações superlativas do tipo "maior do mundo";
6. Atenção com conceitos muito amplos sem precisão ou critério;
7. Exija comparações justas (taxas por 100mil habitantes, por exemplo).

- 7 dicas para não cair em notícias falsas repassadas:

1. Desconfie;
2. De quando é a notícia?
3. O autor da notícia é parte interessada na questão?
4. A URL (link) é estranha?
5. Essa notícia saiu em outros lugares?
6. Na dúvida, não compartilhe;
7. Lembre que notícia falsa mata.

- Precisamos nos unir para formar um exército de checadores.

Comentário do **Luciano Fuck**: redes geram muitos formadores de opinião.

**Felipe Recondo, Diretor de conteúdo do JOTA**, destacou que:

- No debate político é complicado esclarecer o que é ou não *fake news*;
- Os programas dos candidatos têm um quê de *fake news*;
- Terrorismo eleitoral é *fake news* - até onde é mentira ou jogo político. Ex: "Se o Lula for eleito a economia vai acabar", "se o Serra for eleito vai acabar o Bolsa Família", "se



Alckmin se eleger, a Petrobras será privatizada”. “Se Dilma for eleita, dólar irá a 4 reais”: depois subiu de fato, mas por que isso estava sendo divulgado?

- Diferente do boato, antes se sabia a fonte, hoje isso é descentralizado. Há sites na Rússia e robôs impulsionando as notícias falsas;
- WhatsApp é um desafio para desmentir notícias falsas pois não tem como retirar um conteúdo de circulação;
- É necessária uma apuração rigorosa dos fatos e objetividade;
- Se um repórter tira a “máscara” da imparcialidade, pode ser acusado de beneficiar ou prejudicar um candidato;
- Os debates dos candidatos são muito pasteurizados sem réplica dos jornalistas;
- O termo *fake news* pode ter diferentes conotações. Exemplo: o candidato pode usar o termo *fake news* para desqualificar matérias que não o agradem (Exemplo: Trump);
- Solução: ao invés de falar o que é *fake news*, mostrar o que é *News* e como faremos nosso trabalho;

Comentário do **Luciano Fuck**: em 2014 já foi difícil, em 2018 será mais ainda. Cuidado com as questões locais, onde isso fica mais complexo.

**Murillo de Aragão, da Arko Advice**, com apoio de uma apresentação (anexo 3), trouxe os apontamentos:

- Por deliberação do presidente do Senado Federal, Conselho de Comunicação Federal foi demandada a elaboração proposta de projeto de regulação sobre *fake news*;
- Já existem algumas iniciativas do Congresso, mas uma lei não é suficiente para resolver os problemas;
- Sempre houve *fake news*, não é fenômeno novo. No país há costume de políticos serem donos de veículos de comunicação para se “vacinarem” contra as notícias que os prejudicam. Caso: político da região norte que distribuía rádios que só pegavam sua estação;
- Distorção de informação sempre foi usada. No Brasil há um viés de que os fins justificam os meios;
- A notícia vem destinada a “causar”. Exemplo: “Polícia Federal fez seu papel, mas teria problemas devido à restrição orçamentária”;
- *Fake news* é transnacional. As que afetam o Brasil tem como fonte de notícias 12 países (Rússia, China, Peru, EUA, etc), o que dificulta o combate;
- Uso está em expansão pois é barato. A alavancagem de notícia falsa pode custar 2 mil dólares (barata). O custo benefício de destruição da verdade é barato. É preciso desenvolver vacinas na população para as *fake news* não se espalharem;
- A sociedade trata desse assunto de forma episódica. Não tomamos decisões anteriores a respeito disso. (Palestrante sugeriu ao Ministro Gilmar Mendes e ele disse que criará um GT para tratar do tema);
- Viralização de notícia falsa é ação política. Em alguns países da União Europeia é tratada como questão de segurança nacional. Afeta resultado eleitoral;
- Não haverá mais os marqueteiros e recursos financeiros elevados nessa eleição eleitoral. Ou seja, os esforços serão focados nas redes sociais. Facebook foi decisivo nas eleições americanas. Nessas redes (Google e Twitter) tem que haver um trabalho eficiente;
- A abordagem deve ser multidisciplinar e coordenada entre organismos públicos e privados, principalmente com intervenção e punição rápidas e autorregulação dos setores envolvidos;

- Ações e estratégias a serem desenvolvidas:
  - Legislação (regulação e punição) - punição contra a produção, divulgação e encoberta da autoria das *fake news* e contra candidatos beneficiados com as *fake news*;
  - Autorregulação dos setores privados (imprensa, plataforma digitais) que devem ter uma atitude proativa de eliminar as notícias falsas. Exemplo: os bancos têm mais prejuízo por com fraudes eletrônicas do que com assaltos em agências, por isso dedicam muitos recursos contra a fraude eletrônica;
  - Tecnologia - investir como forma de prevenção;
  - Judiciário - pronta ação para implementar as leis;
  - Educação - há desejo de multiplicar informações falsas devido à indignação, raiva coletiva. "Se não é verdade absoluta, é provável que haja algo relacionado", meias verdades, notícias tendenciosas têm apelo. Há necessidade de campanhas de educação com o apoio da imprensa, TSE;
- No jornalismo há mais preocupação com a quantidade de acessos do que com a qualidade. O ser humano, principalmente brasileiro, gosta de drama, emoção;
- Na 2ª Guerra Mundial, o então secretário de defesa dos EUA afirmou "Vamos ganhar ou vencer essa guerra na comunicação". Solução que ele usou: desmontou a narrativa do nazismo com a contranarrativa. Talvez tenhamos que criar uma contranarrativa às *fake news*.

Comentário do **Luciano Fuck**: Os problemas são instantâneos. Notícia boa dificilmente se propaga, pessoas gostam de crise. A Justiça Eleitoral será o árbitro, mas não a detentora de todas as soluções. As empresas da Internet (Google, Twitter, Facebook) estão atuando em conjunto com a Justiça Eleitoral. Brasil era campeão de spams em e-mails e conseguimos reduzir isso drasticamente. É um exemplo de sucesso na autorregulamentação. O Judiciário sozinho não resolve.

PLATEIA:

Renato Pacheco: Quais são as ferramentas para checar as informações?

- **Cristina Tardáguila**: A Agência Lupa realiza ações de educação (oficinas presenciais e virtuais); há ferramentas de busca reversa de fotos como Google image e Yandex (sistema russo); e é preciso conhecer as bases de dados do país (Exemplo: TSE, SIGA, IPEA data, FGV, IBGE); é preciso ter atenção com vídeos manipulados. Trabalhar como repórter num grande veículo é muito difícil, pois há muita pressão para subir a informação e não dá tempo de checar. Exemplo: Secretário Hartung passou informação falsa, disseminada por toda a imprensa e que a Lupa demorou dois dias para conferir.

Plateia: O que estamos fazendo para melhorar o pensamento crítico?

- **Luciano Fuck**: desafio é a notícia falsa propagada por robôs (fazenda de likes) que geram barulho e "criam fumaça para dar impressão de que há fogo". Quando uma celebridade reproduz essa notícia falsa propagada por robôs, dá uma dimensão superior ao fato. O problema é a origem transnacional da notícia falsa, que dificulta a ação nacional. O próprio *fact checking* é prejudicado pelos processos sigilosos;
- **Thiago Tavares**: São necessárias estratégias de curto, médio e longo prazo. Trabalho de base com escolas de jornalismo nunca se tornou tão necessário. Há crise na geração de informação de qualidade *versus* modelo de negócios da imprensa. Imediatismo



factual impede a apuração. Há confiança no jornalismo de qualidade e na mídia livre a longo prazo para que as pessoas tenham resiliência. Os projetos de lei de remoção de conteúdo da Internet sem qualquer tipo de apuração, geradas a partir do caso Baleia Azul, são uma violação de direitos, caminho para a censura restritiva. Foi necessária uma mobilização muito grande para o veto presidencial contra essa lei [da reforma política] sancionada pelo Congresso. Um veículo de imprensa não pode ser proibido de noticiar fatos. Não é recomendável avançar em leis antes de decantar o debate. A União Europeia, ao fazer a consulta pública sobre *fake news* e desinformação online está fazendo uma base de dados de como solucionar problemas e respeitar os direitos fundamentais;

- **Felipe Recondo:** discordância que o leitor comum queira ver um conteúdo mais leve. O Jota é *pay wall* com informação de qualidade. Mídia está mudando para o *pay wall*. Discordância do diagnóstico sobre a situação da mídia;
- **Murillo de Aragão:** jamais defenderia a restrição ao conteúdo. O que não pode é uma plataforma não citar a fonte. A mídia é oligopolizada. Não podemos ter uma visão romântica de que vamos decantar as informações. Não há como se omitir. Se não tivermos um mecanismo de verificação as eleições serão repletas de *fake news*;
- **Cristina Tardáguila:** É preciso ir às escolas. Há a metodologia da Oficina Lupa. Está no horizonte da agência produzir dezenas de GIFs animados para circular no Whatsapp e também fazer vídeos sobre os mitos eleitorais (urna eletrônica, anulação das eleições, etc). Levantamento da USP mostra 7 milhões de brasileiros *versus* 7 milhões de brasileiros totalmente polarizados, que tentam atrair o centro. O esforço da Lupa é com o centro, quem está disposto a ouvir. Como 10% do eleitorado está polarizado, irão trabalhar com os 90%.

## Sessão 2 - Propaganda Eleitoral e Bots

Presidente de mesa: Dr. Carlos Eduardo de Oliveira Frazão, Assessor-Chefe de Ministro do TSE

Marco Aurélio Ruediger, Diretor de Análise de Políticas Públicas na FGV; com o apoio de uma apresentação (Anexo 4), teceu as seguintes considerações:

- Fábula dos seis cegos e o elefante: os cegos tocam o animal e debatem sobre como ele é. Cada um tocou uma parte diferente do corpo do elefante. Nenhum deles sabe de fato o que é um elefante. Passa pelo que estamos se debate aqui, quanto às redes;
- As redes sociais podem ser maravilhosas ou problemáticas para o processo político. Há percepções diferentes sobre os potenciais das redes. Proponho um *base line*. Todos os atores querem maximizar os benefícios advindos do processo eleitoral sob sua perspectiva exclusiva. Ecossistema de atores é desequilibrado e assimétrico;
- Deve-se evitar mau uso do recurso público. Evitar assimetrias danosas ao processo democrático, criadas artificialmente. Ampliar a transparência e a aderência do uso das redes dentro do marco civil da Internet. Obter um consenso mínimo entre atores chave nas redes;
- Hoje o ciclo natural das políticas públicas está alterado devido à rapidez da dinâmica das redes sociais. Ciclo de políticas: 1) marco legal, 2) implementação e 3) tecnologia. Há inversão na pauta da construção cívica da agenda pública, que agora tem início com



a tecnologia, terminando no marco legal. Há encurtamento do tempo na construção da agenda pública;

- Há problema de entendimento e de coordenação do que está em jogo, conforme estudo da FVG-DAPP, de agosto de 2018, “Robôs, redes sociais e política no Brasil”, sobre interferências ilegítimas no debate público na Web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018.;
- O estudo faz a mensuração de robôs na rede, por meio de identificação de padrões linguísticos. Constatou-se a incidência de robôs em eventos de relevância pública, como as eleições presenciais de 2014. Todos os campos políticos usam robôs para disparar e reproduzir informações;
- Há impacto no debate no dia, imagina-se o impacto num mês. Com recurso público há que se perguntar: quem será contratado para fazer esse serviço?
- Outro lado é o alcance as notícias falsas - *fake news* - com uso de algoritmos nas redes nas redes sociais. Em 2017, na reta final das eleições presidenciais nos EUA, as *fake news* superaram a mídia tradicional no engajamento no Facebook, na lista das 20 notícias mais compartilhadas;
- O número de conteúdo político profissional produzido pelas campanhas teve o mesmo número de alcance de *junk news* (informações verdadeiras distorcidas) no segundo turno das eleições de 2014 no Brasil. Por isso há que se ter preocupação em investir recurso público nisso;
- Eleição de 2018 será a mais importante em décadas. É preciso olhar de forma integrada o problema: Sociedade Civil, Atores Políticos, Redes Sociais e TSE;
- É preciso assegurar o debate público qualificado num ecossistema digital saudável, uma campanha republicana, com garantia de lisura do processo eleitoral por monitores e reguladores. Deve-se prevenir o mau uso do recurso público em campanha de desinformação e manipulação do debate público;
- Rede é fenômeno tecnológico, mas também sociológico.

**Jonas Valente, integrante do Conselho Diretor do Coletivo Intervozes;** com o apoio de uma apresentação (Anexo 5), fez os apontamentos:

- Intervozes atua na democratização do acesso à comunicação. Preocupação não só com os riscos dos *bots* e *fake news*, mas também com as medidas e soluções para enfrentá-los;
- Cada vez mais as pessoas se informam pela Internet;
- Internet nasceu com muitas promessas de liberdade, mas há grandes plataformas que mediam o conteúdo político. Anúncios e modos de funcionamento de algoritmos interferem no debate político. Construção de imagem de candidatos aumenta importância da rede;
- Fenômeno das bolhas ideológicas é potencializado pelas plataformas e repele notícias que coloquem em dúvida suas crenças de mundo;
- Notícias falsas são compartilhadas sem leitura do conteúdo;
- Coleta massiva de dados: cada vez mais plataformas e outras atividades são baseadas na coleta massiva de dados (CPF, digital, biometria). Há projeto de lei sobre proteção de dados. É por meio da coleta de dados que se cria a psicométrica (formação de perfis por meio de informações e interações);
- As campanhas são cada vez menos dos marqueteiros brilhantes, e sim campanhas com aparatos tecnológicos de segmentação de perfis e até individualização a partir da coleta de dados;

- Há uso de *big data* em vários outros processos. Empresa Cambridge Analytica está conhecida pelo uso de *big data* em processos políticos na Campanha Trump e no *Brexit*;
- Os robôs foram apropriados para o uso em campanhas políticas e principalmente para a disseminação de notícias falsas;
- Como monitorar para onde a propaganda está indo e como ela está chegando? (antigas qualis). Propaganda agora chega em grupos tão pequenos que outro candidato nem toma conhecimento;
- Órgãos públicos usam robôs para interagir com cidadãos. Robôs foram apropriados na disputa eleitoral. Como um cidadão comum consegue identificar que um comentário foi feito por robô?
- Candidatos fazem discursos diferentes na CNI e na CUT. Mensagem agora será quase individualizada, contradição pública não é identificada. Isso traz prejuízo para o debate público. Cada vez menos se ficará claro as propostas sobre os temas em disputa. Candidatos vão conseguir dialogar com seus eleitores de maneira artificial;
- Facebook tem papel proeminente em diversos pleitos eleitorais. Integrantes da empresa deram assessoria a candidatos nos EUA. Plataforma, que é uma arena de debate, não poderia fazer campanha. Há necessidade de quarentena e impedimento de atuação dupla.;
- Política de anúncios do Facebook deve ser mais transparente, revelar anúncios pagos e quanto cada empresa gastou com propaganda. Experiência piloto de transparência está sendo feita no Canadá. Não seria o caso de o TSE solicitar ao Facebook a adoção das medidas de transparência no Brasil?
- O Twitter tem poucas medidas contra *bots*;
- Soluções devem considerar contexto. Lei do Marco Civil da Internet é bem avançada. Um pilar fundamental é que remoção de conteúdo deve passar por decisão judicial. Responsabilidade é definir o que é falso;
- Candidaturas com dinheiro vão patrocinar seus conteúdos e reproduzir desigualdades;
- Privilégio na legislação de campanha eleitoral a uma plataforma - Facebook - é um risco e problema;
- Brasil pode adotar mecanismos de controle e transparência antes de passar por um efeito Trump. Justiça Eleitoral tem desafio a sua frente: como monitorar propaganda, como denunciar uma peça impulsionada que não se tem conhecimento, dados os filtros de algoritmos?
- Robôs são problema real. É necessário criar regulamentação sobre uso de *bots* e exigir transparência;
- É preciso definir sanções não violadoras da liberdade de expressão para candidaturas e perfis;
- Solução não passa pela inteligência do Exército. Informação do envolvimento no Exército na questão despertou apreensão no Intervozes.

**Thiago Rondon, Diretor-presidente da AppCívico e integrante do Instituto Tecnologia e Equidade, destacou:**

- Foco são eleições mais justas. Ex: plataforma para transparência de doações a candidatos;
- Taxonomia e sistema de detecção de *bots*:



- Sistemas de detecção de *bots* que estão surgindo estão dando evidências de que a tecnologia também pode auxiliar e ampliar acesso a direitos (tradutores para imigrantes, por exemplo);
- *Bots* sociais são programados para auxiliar redes;
- Auxiliam a pautar rede de mídia tradicionais;
- *Bots* existem desde os primórdios da computação.
- Notícia falsa existe desde o princípio da humanidade;
- Empresas se desenvolveram com a economia da atenção. Há uma ciência da persuasão, como a desenvolvida pelo Laboratório de tecnologia da persuasão em Standford e a psicomетria. Ficamos mais satisfeitos ao acessar as informações nas plataformas que entregam o que queremos ver. “Nós somos o produto”;
- “Se você está numa rede que toda hora te confronta, você sai dela, por isso as plataformas fazem as bolhas”. Atualmente convivemos somente onde gostamos. E estamos violentos em relação à política. Isto dá força para as *fake news*;
- Por que as pessoas gostam de compartilhar notícias falsas?
- *Bots* sociais estão utilizando técnicas de persuasão, estão criando infraestruturas para espalhar notícia de forma muito rápida. Estão dentro das plataformas de jogos coletando informação sobre jovens;
- Evolução de detecção de *bots* vem crescendo;
- Taxonomia de bots - sistemas de detecção. Há três classes de sistemas de defesa:
  - 1. Informação de redes sociais: perfis que levantam o mesmo tema de maneira simultânea. Relacionam-se entre si. Tipo de ataque *Cyballs*: levanta um tópico quente para que todo mundo passe a debater. Série de perfis levantam o mesmo tema de forma coordenada;
  - 2. *Crowdsourcing*: alavancagem de inteligência humana. Há a psicomетria dos *bots*. Já existem catálogos, e são os que mais geram impacto no senso crítico;
  - 3. Aprendizados mecânicos: são *bots* tentando reconhecer *bots*. Na Argentina há *bots* que seguem perfis que divulgam notícias falsas e explicam que as notícias são falsas.
- 60% das pessoas no Facebook aceitam amigos com quem não conhecem e abrem portas para *bots*;
- Provocação: TSE tem papel importante, mas sozinho não dará conta;
- Princípios éticos para uso da tecnologia nas eleições 2018: <https://naovale tudo.com.br/>.

**Henrique Faulhaber, conselheiro do CGI.br.** Destaques de sua exposição:

- *Big Data*: pessoas oferecem muitas informações sobre si mesmas nas mídias sociais, propiciando comunicação direcionada quase individualizada, de acordo com suas preferências.
- Com autorização do impulsionamento de anúncios na Internet e traçamento de perfis, é preciso restringir abuso do poder econômico nas eleições. Como os recursos públicos serão utilizados e de que forma?
- Projetos de lei sobre *Big Data* não serão aprovados antes das eleições de 2018 e, se forem, a lei não será utilizada imediatamente.
- *Big Data* no Brasil é especialmente grave, pois não há lei de proteção de dados pessoais. Há uso indiscriminado no uso de dados pessoais para o bem e para o mal no país. Dados pessoais vem sendo usados de forma irrestrita.

- Impulsioneamento deve ter limites e transparência sobre conteúdos patrocinados.
- *BOTNet*: computador zumbi que promove ataques para derrubar sites e pegar dados. Também cria perfis falsos para amplificar notícias falsas. Há problema em relação a sua jurisdição: onde está hospedado e onde está causando danos.
- Onde está o Centro de Comando e Controle (CCC) do *BOTNET*? Há dificuldade de colocar abaixo o CCC de um *Botnet* que está fora do país.
- É preciso diferenciar quem são os maus atores e quem eles beneficiam. É preciso identificar e punir candidatos e políticos que financiam essas práticas.
- O TSE precisa se assessorar de grupos multissetoriais para o uso da Internet não ser um desastre nas eleições de 2018. O grupo deve contar principalmente com jornalistas *fact checkers* e especialistas em segurança da informação. É preciso envolver também a polícia, o judiciário e os partidos políticos.
- Obrigar plataformas a retirar conteúdo, como na Alemanha, não adianta e fere liberdade de expressão.
- Solução passa pela educação do receptor das notícias.
- Criminalização: preocupação com controle pode ameaçar a liberdade de expressão.

#### PLATEIA

Flávia: 1) Regra de patrocínio de posts prevista na legislação é de fato confusa e direcionada ao Facebook (expressão “impulsioneamento”), é preciso haver regulamentação sobre isso. Há cenário de incertezas sobre o que pode e não pode nas eleições de 2018. 2) Como usar os *bots* de forma inteligente e com fiscalização? É mais difícil identificar os perfis falsos. É preciso ter diferenciação das páginas oficiais dos candidatos das páginas *fakes* que surgirão, é possível a certificação.

- **Henrique Faulhaber:** Há *bots* do bem que fazem atendimento à população. Fiz referência somente aos *bots* do mal: 8% da rede faz 30% do movimento da Internet. Deve-se fazer algum tipo de atitude em relação a isso sim, em especial para derrubar os Centros de Comando e Controle e evitar males maiores.
- **Thiago Rondon:** Além da prestação financeira, campanhas deveriam declarar uso de tecnologias, mesmo que não declarem os *bots* e perfis falsos, mas é preciso entender como estão usando a Internet e tecnologias relacionadas. Empresas de marketing estão se convertendo para empresas de *big data*.

Luísa Lobato RJ Instituto Igarapé: 1) O que é *fake news*, TSE irá definir o termo, qual seria a medida para se diferenciar de outros fenômenos do jogo político tradicional? 2) Seria bastante interessante abordar a questão regional na desinformação.

- **Henrique Faulhaber:** há gradações de *fake news*. Há que se estabelecer tipologias e volumetria, primeiro irá se atacar as notícias de maior audiência. *Fact checking* depende de humanos, há limites para inteligência artificial. Internet pode fazer com que campanha saia dos currais eleitorais e ajude a campanha ser de informação. Internet pode ser um veículo a serviço da democracia.
- **Thiago Rondon:** precisamos usar a tecnologia para detectar as *fake news*. A responsabilidade deve ser compartilhada entre várias organizações, e não só o TSE.

João Beato – Câmara dos Deputados: Liberdade de expressão é garantida, vedado o anonimato. Fonte de informação é em si uma informação. Não vejo como censura. A proposta de emenda da Reforma Política não trazia censura, era uma questão de transparência. Identificação da fonte de informação é uma informação por si só.



- **Henrique Faulhaber:** TSE deve regular o que não está claro, mas é mais factível a autorregulação (como ocorreu no caso do spam) do que lei. Sob o pretexto da liberdade de expressão, ocorrem ilícitos.

Renan Brandão: como diferenciar *bots* de atendimento dos *bots* de perfil falso? Agora que está na lei há muitos mais olhos analisando essa ferramenta.

- **Thiago Rondon:** Ter um sistema de detecção de *bots*. O Facebook está desenvolvendo um sistema de imunidade contra *bots*. O twitter, por ser uma uma plataforma aberta, não tem. Uma vez regulamentada a questão de patrocínios em redes sociais, teremos mais olhos para isso. Deve-se deixar claro as tecnologias que as campanhas estão usando.

## Sessão 3 - Arrecadação para Campanhas via Internet

**Presidente de mesa: Min. Tarcísio Vieira de Carvalho, ministro do TSE**

**Luiz Fernando Martins Castro, advogado e Conselheiro do CGI.br.** Principais pontos:

- Financiamento e propaganda são interligados.
- Há 20 anos recursos financeiros e tempo da TV direcionavam as eleições.
- Sempre houve uma tentativa de controlar os aspectos reais e artificiais de campanhas, desde santinhos a filmes de megaprodução.
- Campanhas na TV são caríssimas. Na Internet a campanha é barata. Mas como controlar o impulsionamento de conteúdos em rede social de maneira paga?
- Propaganda de TV fazia a comunicação chegar a todos da mesma forma. Internet permite focalizar. Na Internet a campanha é direcionada de acordo com o perfil. Campanha para ser focada, exige dinheiro. Primeira vez que os gastos com campanha no digital superam os da TV é recente.
- No TSE *crowdfunding* não era bem visto, mas ele amplia e democratiza o acesso às verbas por candidatos sem acesso à cúpula partidária. Problemas: CPFs falsos (laranjas) de doadores, mas isso já existia antes. Há mecanismo de acompanhamento auditáveis, com inteligência tecnológica.
- Candidatos com fontes dispersas de financiamento, ex: igrejas, fazem parte do jogo e candidatos do crime organizado são preocupações.
- Risco de interferência estrangeira nas eleições é real. Se paga num país para fazer uma postagem que será vista em outro.
- Art 26 (da [LEI Nº 9.504, DE 30 DE SETEMBRO DE 1997](#), que estabelece normas para as eleições) limita a contratação junto a provedores localizados no Brasil ( inciso XV - custos com a criação e inclusão de sítios na Internet e com o impulsionamento de conteúdos contratados diretamente com provedor da aplicação de Internet com sede e foro no País).
- Envolver as redes sociais para que tenham atenção com ilicitudes.
- Modelo piloto de transparência do Facebook no Canadá sobre quem contratou o quê será referência.
- Rastreabilidade é a palavra-chave para postagens e doações.

**Fabro Steibel, Diretor no Instituto Tecnologia e Sociedade do Rio,** com apoio de uma apresentação (anexo 6), levantou os seguintes pontos:



- Tema: *Blockchain* e financiamento de campanhas
- *Bitcoin* não é *blockchain*: *blockchain* é a estrutura pela qual o *bitcoin* funciona. *Bitcoin* é um aplicativo. *Smart contract* estabelece a relação entre eles. TSE pode ter seu aplicativo rodando em *blockchain* com *smart contract*.
- Não use *blockchain* (a não ser que precise), pois demanda alto gasto de energia.
- Transação de dados tendo o governo como plataforma: 1) doadores e beneficiários preparam dados; 2) informam dados; 3) TSE recebe dados.
- Transação de dados com o uso de *blockchain*: 1) TSE define os dados que precisa receber; 2) Doadores e beneficiados preparam os dados, 3) Dados são salvos, validados e arquivados no aplicativo *blockchain*.
- Nos EUA o governo define quais são os dados que ele precisa receber para o imposto de renda. E deixa o mercado apresentar as formas. No Brasil o governo cria o software, que às vezes não é tão bom quanto os do mercado, mas é mais confiável.
- Tudo o que está no *blockchain* é visível por todos, o que é revolucionário.
- Por que usar *blockchain*?
  - Autenticação de documentos: pela criptografia é impossível adulterar (estão criando a emissão de diplomas via *blockchain*)
  - Identidade digital: Chaves para entrada na rede. Carimbos. Infraudável.
  - Transparência ativa: dados são públicos na hora (barateia os mecanismos de transparência ativa existentes atualmente)
  - Inovação público – privado: aumento da eficiência de serviços públicos.
- Podemos confiar no *Blockchain*?
  - Sim, ex: Aplicativo Mudamos
- Conclusão: Há oportunidade de adoção de *blockchain* para controle de financiamento de campanhas. Desafio: confiança num sistema novo, que, porém, já é usado há 10 anos.
- Proposta: TSE com aplicativo rodando em *blockchain*. Financiamento de campanhas com o uso de *blockchain* poderia ser um compromisso da OGP ([Parceria para Governo Aberto](#)) e ter visibilidade internacional.

**Fernando Rodrigues, Diretor de redação do Poder360.** Principais pontos:

- Falta de tradição no Brasil de financiamento de pessoas a políticos foi o que mais chamou atenção com a mudança no sistema no país. A decisão do Supremo não atentou para esta realidade, mas forçará a mudança de cultura.
- Nos EUA, ao contrário do que se acredita, também não havia essa cultura.
- Em cada ciclo eleitoral os pequenos doadores podem doar menos de 200 dólares sem controle, para facilitar os sistemas de fiscalização. É passível de fraudes.
- Recursos arrecadados com doações abaixo de 200 dólares nas eleições presidenciais nos EUA:

Ano	Valor (em milhões de dólares)
2000	53
2004	206
2008	223
2012	400
2016	191, sendo 102 Hillary e 89 Trump

- Provavelmente a polarização no debate eleitoral afetou a diminuição de pequenas doações na última campanha eleitoral americana, que ainda assim, é bastante expressiva.

- No Brasil, nas eleições presidenciais de 2010, a arrecadação por meio da Internet foi só 0,02% do total geral, sendo R\$ 180 mil arrecadados por Dilma Rousseff e R\$ 175 mil por Marina Silva. Nas eleições presidenciais de 2014 o valor arrecadado pela Internet foi 0,03%. Mostra uma preguiça dos partidos políticos em evangelizar seus eleitores. Deve-se mostrar à população que há um custo, mas nunca nenhum partido brasileiro pede doação, ao contrário dos partidos americanos.
- Nos EUA a doação de empresa foi proibida há décadas, mas brecha permite rateio de doação de empresa por meio de seus funcionários: os trabalhadores doam e são compensados pela empresa. 2.700 dólares é o limite para doações por cidadão. Suprema Corte decidiu que liberdade de expressão está acima da doação de empresas a partidos.
- A segurança das doações no Brasil será a missão da justiça eleitoral, pois o uso dos recursos será difícil de rastrear.
- O Congresso permitiu a propaganda em redes sociais por meio do impulsionamento de conteúdo. Mas os grandes veículos estão fora do Brasil. Não responderão à jurisdição brasileira. Uma pessoa pode impulsionar uma publicação e não ser rastreada.
- Há na lei proibição para propagandas em sites brasileiros, mas permite em redes sociais fora do Brasil.

**Roberto Carlos Martins Pontes, Consultor na Câmara dos Deputados.** Principais apontamentos:

- A decisão do STF de proibir as doações de jurídica em 2015 pareceu correta à época, pois aquele modelo gerou distorções. Não vejo problema em doação de pessoa jurídica, mas no momento político atual isto não é cabível. O modelo antigo de doação eleitoral jamais retornará, mesmo que voltem as doações de pessoa jurídica.
- O fortalecimento de financiamento público seria inevitável. Há falta de empenho dos candidatos em captar recursos junto a pessoa física. Em 2012, apenas uma pessoa física doou para a campanha do Haddad para a prefeitura de São Paulo. Não é da nossa cultura, mas é possível ser. A lei criou a possibilidade de financiamento coletivo.
- O modelo atual envolve tetos de gastos, pela primeira vez. Há limites de doação por pessoa física, proporcionais ao rendimento. Há uma conta bancária específica para doação. Quando se fala em financiamento coletivo tem que considerar todo o sistema. Exige CPF.
- Há conflito entre privacidade e transparência. O momento valoriza a transparência, tanto que as doações ocultas foram rejeitadas. Uma pessoa que queira doar sem se identificar como associada a determinado político não tem esta opção.
- Há financiamento coletivo em vários países, por que não no Brasil?
- *Pledge* (promessa)- arrecadação antecipada é uma forma de atender ao princípio da igualdade perante aquele que é capaz de autofinanciamento. Numa campanha de 45 dias, arrecadar anteriormente equilibra a assimetria de recursos em relação a candidatos que podem usar recursos próprios. Arrecadação antecipada pode ser considerada um avanço.
- O grande desafio é saber quem está doando, fazer a prestação de contas durante a campanha ao invés de após o fim da campanha.
- Outros países já fazem campanha na Internet, que é mais barata. Havia essa ideia inicial, porém, foi limitada às redes sociais.
- A campanha tem que fazer prestação de contas (possível de ser comprovada) e com limite de teto de gastos.
- Quem está pagando pelos anúncios? Os provedores se comprometem a colaborar. Caso isso não aconteça, inviabiliza o modelo.



- Legislação foi ousada para atender a realidade, tentando mostrar um caminho.

**Eron Pessoa, Assessor-Chefe da Assessoria de Exame de Contas Eleitorais e Partidárias do TSE. Principais apontamentos:**

- A transparência é princípio básico da justiça eleitoral, vide o site e os dados abertos do TSE.
- Decisão do TSE em afastar recursos de doações de pessoa jurídica: havia desvio de recursos financeiros das campanhas para outros fins. 95% dos recursos financeiros da última campanha (2014) foi financiado por empresas.
- Como fazer uma campanha dois anos depois (2016) sem essa matriz? Tribunal criou com outros órgãos um núcleo de inteligência para fiscalizar. Um grande passo foi o Congresso exigir entrega de informações a cada 72 horas. Foi possível analisar as doações durante o curso da campanha. Conseguimos identificar diversas irregularidades. Ex: 45 mil pessoas cadastradas no bolsa família doaram para campanhas, sendo que um beneficiário doou 67 mil reais; 89 mil desempregados cadastrados no CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados) doaram para campanhas, sendo que um doou 800 mil reais; candidato a prefeito no Ceará recebeu 61 doações de CPFs de funcionários da empresa dele.
- Nosso desafio é a integração de bases de dados.
- 1/3 das doações tiveram indício de irregularidades na campanha de 2016.
- A Receita Federal concluiu que de 700 mil doadores, 380 mil não tinham informação junto ao fisco, sem renda declarada. Ou seja, há cooptação de pessoas.
- Transações via boleto bancário é um risco pois pode ser paga por outro. Para combater fraudes, o ideal é que o dinheiro saia de uma conta para outra diretamente, sem interposto (boleto/cartão).
- Há necessidade de investimento em tecnologia. União entre órgãos de fiscalização com a sociedade civil e a transparência naquilo que for declarado à Justiça Eleitoral.

**PLATEIA**

Pergunta: Como o financiamento coletivo pode funcionar para quem não é conhecido? Como fazer crowdfunding antes da campanha?

- **Roberto Carlos Martins Pontes:** Com a redução do prazo de campanha ficou exíguo o tempo de arrecadação para os candidatos novos, porém há possibilidade de anúncio de intenção de candidatura, sem que isso seja considerado campanha antecipada e possibilidade de doação antecipada. A jurisprudência vai se adaptar. Não é razoável alguém pagar para impulsionar a arrecadação.

Pergunta: Como saber se meu CPF foi usado indevidamente para doação de campanha?

- **Eron Pessoa:** Há no site do TSE a busca por eleição. Basta buscar pelo seu CPF. Na divulgação podemos reforçar essa questão.

Comentário: *Crowdfunding* dialoga com a gestão e comunicação, inclusive nas prévias. Não é só arrecadação de dinheiro. A base do financiamento coletivo é um processo comunicativo.

- **Fernando Rodrigues:** uso da Internet no Brasil é somente para propaganda e não para diálogo. Os partidos políticos no Brasil poderiam fazer a captação de recursos todos os dias, o ano todo, mas não o fazem por preguiça. Há um vício na lei para impedir o controle das doações no Brasil: uma parte da prestação de contas é entregue durante a campanha e outra depois da eleição. Não há transparência ao divulgar lista total de



doadores somente depois das eleições. Se a doação fosse declarada diariamente, haveria condições para o controle social.

- **Luiz Fernando Martins Castro:** pela lei há previsão de acompanhamento diário, não?
- **Eron Pessoa:** Vamos receber as informações sobre as doações diariamente. Mas, o envio não retrata a campanha diária, pois é possível entregar após as eleições. Assim, todos deixam a maior parte da prestação de contas para o final, para não ter controle. 105 milhões é o teto. Se todos fizerem isso, a equipe do TSE com 11 contadores terá que analisar 1 milhão por hora para atender o prazo de 9 dias.
- **Roberto Carlos Martins Pontes:** É indispensável investir em tecnologia. A transparência é fundamental, conforme disposto na Lei de Acesso à Informação – LAI. “Não vale a pena a LAI se não valer no processo eleitoral”.

## Sessão 4 - Redes Sociais, Identidade e Anonimato

**Presidente de mesa: Danilo Doneda, CEDIS/IDP,** afirmou que os nativos digitais sabem dosar sua exposição às vezes de maneira melhor que seus genitores.

**Demi Getschko, Diretor-presidente do NIC.br.** Reflexões:

- 1 – Na evolução da rede há princípios que sobreviveram aos entrantes e aos entrantes comerciais, mas estão sempre sob ameaça e é importante que os aficionados da Internet os defendam. Regras originais: se acredita no que é afirmado até que se prove ao contrário.
- 2 – Uma onda de entrantes traz consigo uma onda de novas vítimas. São alvo de jogadinhas dos mais espertos. Spam, propagandas falsas, golpes, são sempre voltados aos entrantes. É uma onda que se acomoda, com educação e experiência.
- Internet é um ambiente de colaboração. Você era ouvinte; passa a ter voz; passa a fiscalizar, controlar.
- Estudo: perguntas são feitas para crianças e para os pais: há risco na rede? Crianças em sua maioria respondem que sim, mais que adultos.
- TSE possui lista de doadores e receptários. A priori se confia na informação, mas é passível de contestação e averiguação.
- Há que se fiscalizar até o que se divulga sobre si mesmo.
- Há que se dar chance às tecnologias até aperfeiçoá-las.
- É importante que haja um elenco de medidas para atenuar o que é feito na área.
- É difícil distinguir o que é falso e o que é verdadeiro, mas é fácil identificar se mensagem veio de uma máquina ou de uma pessoa.
- Pessoa pode se auxiliar na tarefa de não ser vítima das notícias falsas.
- Internet permite autoverificação (se tem alguém se passando por você, usando seu CPF, etc).
- É preciso criar filtro sobre o que se recebe.
- Devemos evitar entrar no mérito sobre o que é correto ou não, mas pode se verificar o entorno daquilo.
- São necessárias novas soluções para os novos cenários.

**Percival Henriques Sousa Neto, Presidente da Associação Nacional para Inclusão Digital - ANID e Conselheiro do CGI.br.** Principais pontos:

- Declarou a necessidade de mais mulheres na mesa.
- Provocação 1: talvez não exista anonimato nas redes sociais, por mais que se faça disso uma peça de amplo debate

- 3 histórias do mundo analógico – *fake news* sem Internet:
  - Lá em João Pessoa, nos anos 70, não havia motel na cidade. Se namorava no carro, num *drive in* sem *drive in*. Um empresário montou então um motel no local, a beira mar. Passados 2 meses, não se tinha cliente. Resolveu então mandar um funcionário ir no local dos carros, dar uns tiros para cima para espantar o pessoal. No outro dia, mandou espalhar como a cidade estava violenta, “Mas também, a cidade tá ficando moderna, já tem até motel, e o pessoal continua namorando no carro na praia!”
  - BH fazia o teatro do invisível. Grupo pegava o ônibus da periferia até o centro, conversando sobre boato de que um candidato a governador havia batido na mulher. Grupo era bancado por outro candidato.
  - Uma pessoa usando documento falso fez uma denúncia. MP abriu procedimento, que revista de grande circulação já sabia.
- Nesses casos era mais fácil se esconder, pois não havia registro. Agora basta olhar para a Internet para verificar crimes.
- O remédio para os erros da Internet não pode ser o veneno da Internet e fazê-la perder o que tem de positivo.
- Fofoca em cidade do interior tem o mesmo alcance de boato em rede social.
- Sugestão: usar o rastreamento automático como algo favorável que estimule dados abertos, *startups*, empreendedores. Se os dados forem padronizados e abertos, uma quantidade de aplicativos podem surgir. A verdade então se sobrepõe às *fake news*.
- Fernando Pessoa e Cora Coralina já usavam heterônimos para ampliar o alcance do seu alter ego. Pessoas na Internet usam pseudônimos e isso não deve ser criminalizado. Rede precisa de mais poesia e não mais ódio.
- Dados abertos devem ser critério absoluto. Rastreabilidade como princípio.

**Alexandre Sankiewicz, Câmara dos Deputados, Professor CEDIS/IDP. Principais tópicos:**

- Tema: interface entre direito e Internet.
- Interferência da Justiça Eleitoral em conteúdos divulgados na Internet deve ser a menor possível.
- Experiência recente com Internet nas eleições não deve enviesar o olhar sobre as potencialidades da Internet na política.
- A Internet é o meio mais barato, limpo, de maior alcance e que traz mais igualdade entre os candidatos. É o meio mais dinâmico. Candidato consegue saber se a sua mensagem está agradando o eleitor.
- É um meio importante para fazer a mensagem chegar rápido e de forma barata ao eleitor. Com a redução do teto de orçamento de campanha Internet tem muito a contribuir.
- Soluções para os problemas do uso da Internet não podem passar por criminalização. Há que se manter princípios da Internet.
- Não se deve retirar conteúdo da Internet sem ordem judicial. Decisão não pode ser das plataformas.
- Soluções não podem restringir liberdade de expressão.
- TSE jamais conseguiria monitorar todo o conteúdo, e uma postura mais intervencionista abriria brecha para aparelharem TSE com fins de perseguição política e censura.
- Constituição veda o anonimato, mas assegura a privacidade e o uso de pseudônimos para atividades lícitas.
- Do ponto de vista técnico é difícil ser anônimo. Do ponto de vista jurídico: é preciso divulgar quem é quem?



- Pressuposto processual se confunde com o mérito da demanda (ilicitude do anônimo).
- Só deve saber quem são as partes se houver ação concreta, caso contrário incorrerá na extrapolação.
- Uso de nome fictício é legal.
- Não se deve violar privacidade, a não ser que se veja que liberdade de expressão foi usada para divulgar notícia falsa ou crime de ódio.
- Recomendação para o TSE: Diferenciar perfil falso do nome fictício.
- Abusos são cometidos em qualquer meio. Mas princípios de preservação da privacidade não devem valer menos na Internet. Eventuais abusos devem ser reprimidos com remédios próprios.
- Justiça se preocupa com *bots* que tentam denegrir imagem de políticos, mas eles servem também para melhorar imagem de político e desviar atenção de notícias negativas, gerando espiral de silêncio. Ex: a tendência de empresas ao receber críticas é inundar a Internet com outro assunto.
- Debate eleitoral corre risco de ser moldado de forma automatizada.
- Lei eleitoral não poderia mais fingir que a Internet não existe. Problemas vão surgir com a lei, mas é melhor enfrentá-los do que fingir que não existe.
- Questão é saber diferenciar pseudônimo de perfil falso e de anonimato, para punir os usuários que de fato buscam obter vantagens através da Internet.
- Criação de canais e *bots* será importante nas eleições.

#### **Eduardo Mendonça, UNICEUB e Centro Brasileiro de Estudos Constitucionais.**

- Não há exatamente anonimato na Internet, o que não significa que se deve exigir comprovação da identidade das pessoas.
- Cada usuário é potencial produtor de conteúdo e tem autonomia na busca por conteúdos. Essa é a grande virtude da Internet: libertar as pessoas do controle dos grandes produtores de informação. Por isso o contrário (controle da Internet), não faz sentido.
- Reengajar as pessoas no debate público é necessário, e a Internet pode fazer isso.
- Vedação constitucional ao anonimato. Deve ser estendido além do razoável na interpretação do nosso Direito?
- Anonimato na Internet. Controle deve ser feito a posteriori do abuso. Estado deve ter papel mais discreto possível. Debate com pessoas identificadas/identificáveis pode ser mais saudável, mas só com a premissa de que as pessoas não serão constrangidas pelas suas posições. O anonimato pode ser uma garantia complementar à liberdade de imprensa. Anonimato é vedado pela constituição, mas o pseudônimo não. Pessoas não precisam estar identificadas no momento de se expressar, mas deve haver condições de identificá-las a posteriori, como diz o Marco Civil da Internet. Identificação só deve ser exigida após indício de ilicitudes. Brasil é 6º país do mundo onde mais se mata jornalista. Não faz sentido achar que teremos uma Internet melhor se todo mundo usar seu nome real e CPF nas postagens. Google recebeu mais de 3 mil pedidos judiciais de identificação de usuários no Brasil, atendeu mais da metade.
- Controle prévio na Internet. Caso do veto recente ao artigo que permitia a remoção de conteúdos da Internet abriria margem para censura de conteúdo na reforma eleitoral. Reação da sociedade foi auspiciosa.

#### **PLATEIA**

João Bento: Prazo de 45 para campanha é muito curto. Robôs fazem ofensiva difamatória. É o caso de judicialização?



- **Alexandre Sankiewicz:** O próprio provedor pode retirar voluntariamente conteúdo inapropriado a partir de denúncias dentro das políticas de conteúdo das próprias plataformas. Neste caso não é necessária ação judicial. Soluções não podem restringir liberdade de expressão. Necessárias medidas como campanhas do TSE sobre o assunto. A plataforma tende a se adequar para não perder clientes. Deve-se aumentar o *fact checking*. Se um perfil disparar 100 tweets por minuto, deve-se verificar se o perfil é um robô.
- **Percival Henriques Sousa Neto:** quase a metade da população que não está participando disso, que não é conectada. Da metade que participa, muitos só conseguem repassar informação, e não produzir. As pessoas também estão robotizadas. Falta letramento e letramento digital. Hoje a maior rede no Brasil é o Whatsapp. São necessárias providências relativas à educação e transparência.
- **Eduardo Mendonça:** Problema é básico: fingir ser o que não é para se obter vantagem
  - Gera remoção do perfil por violação dos termos de uso das plataformas, dispensa ordem judicial
  - Há que se proteger direito de crítica mesmo quando ácida
  - Cultura de liberdade de expressão ainda não está consolidada no judiciário; cuidado com o Estado se colocar como controlador do conteúdo/cerceador
  - Há decisões de 1ª e 2ª instância de proibição de vídeo que é apenas compilado de notícias da grande imprensa sobre candidatos