



VIII Fórum da Internet no Brasil



04 a 07 de novembro de 2018

Utilize o nosso aplicativo Web e monte sua agenda!

Saiba como **Centro de Eventos da Universidade Federal de** uma boa

exp **Goiás** **Goiânia - GO** nto.

Flávia Lefèvre Guimarães – flavialefevre@yahoo.com.br

Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social

Representante 3º. Setor no CGI.br

Blog – www.flavialefevre.com.br

Ministra Rosa Weber – sobre fake news na coletiva de imprensa dia 21 de outubro de 2018



“A desinformação é um fenômeno mundial”.

“Notícias falsas não são novidade; a novidade é a velocidade da circulação e difusão dessas notícias deletérias **e que estão a atentar contra a credibilidade de nosso sistema eleitoral**”.

“Propaganda irregular tem recebido resposta pronta e efetiva do TSE. **AS FAKE NEWS VISANDO A MINAR A CREDIBILIDADE DA JUSTIÇA ELEITORAL, É INTOLERÁVEL E ESTÁ MERECENDO A DEVIDA RESPOSTA**”.

“SE TIVEREM A SOLUÇÃO PARA QUE SE EVITEM FAKE NEWS POR FAVOR NOS APRESENTEM, NÓS AINDA NÃO DESCOBRIMOS O MILAGRE”.

“As eleições estão acontecendo dentro da mais absoluta regularidade”.

<https://www.youtube.com/watch?v=aSTnIPm2Zck>

LEGISLAÇÃO ELEITORAL - INTERNET

Lei 9.504/1997 – com a minirreforma de 2017

Art. 57-C. É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na Internet, **EXCETUADO O IMPULSIONAMENTO DE CONTEÚDOS**, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes.

§ 3º O impulsionamento de que trata o caput deste artigo deverá ser contratado diretamente com provedor da aplicação de Internet com sede e foro no país, ou de sua filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no país **E APENAS COM O FIM DE PROMOVER OU BENEFICIAR CANDIDATOS OU SUAS AGREMIÇÕES.**

LEGISLAÇÃO ELEITORAL

Lei 9.504/1997 – com a minirreforma de 2017

Art. 57-E. São vedadas às pessoas relacionadas no art. 24 a utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico de seus clientes, em favor de candidatos, partidos ou coligações.

§ 1º É proibida a venda de cadastro de endereços eletrônicos.

Art. 57-H. Sem prejuízo das demais sanções legais cabíveis, será punido, com multa de R\$5.000,00 (cinco mil reais) a R\$30.000,00 (trinta mil reais), quem realizar propaganda eleitoral na Internet, atribuindo indevidamente sua autoria a terceiro, inclusive a candidato, partido ou coligação.

§ 1º Constitui crime a contratação direta ou indireta de grupo de pessoas com a finalidade específica de emitir mensagens ou comentários na Internet para ofender a honra ou denegrir a imagem de candidato, partido ou coligação, punível com detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos e multa de R\$15.000,00 (quinze mil reais) a R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).

Resolução 23.551/2017

Art. 23. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas:

I - em sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País;

II - em sítio do partido político ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País;

III - por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, pelo partido político ou pela coligação;

IV - por meio de blogues, redes sociais, SÍTIOS DE MENSAGENS INSTANTÂNEAS e aplicações de internet assemelhadas cujo conteúdo seja gerado ou editado por:

a) candidatos, partidos políticos ou coligações; ou

b) qualquer pessoa natural, desde que não contrate impulsionamento de conteúdos.

§ 7º Para os fins desta resolução, inclui-se entre as formas de impulsionamento de conteúdo a priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de busca na internet.

Resolução 23.551/2017

Art. 32. Para o fim desta resolução, considera-se:

VII - aplicações de internet: o conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet;

VIII - registros de acesso a aplicações de internet: o conjunto de informações referentes à data e hora de uso de uma determinada aplicação de internet a partir de um determinado endereço IP;

XIII - impulsionamento de conteúdo: o mecanismo ou serviço que, mediante contratação com os provedores de aplicação de internet, potencializem o alcance e a divulgação da informação para atingir usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo;

XIV - rede social na internet: a estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos comuns;

XV - aplicativo de mensagens instantâneas ou chamada de voz: o aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones;

XVII - provedor de aplicação de internet: a empresa, organização ou pessoa natural que, de forma profissional ou amadora, forneça um conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet, não importando se os objetivos são econômicos;

LEGISLAÇÃO ELEITORAL

Lei 9.096/1995

– art. 31 – “É vedado ao partido receber, direta ou indiretamente, sob qualquer forma ou pretexto, contribuição ou auxílio pecuniário ou estimável em dinheiro, inclusive através de publicidade de qualquer espécie, procedente de:

II – entes públicos e pessoas jurídicas de qualquer natureza, Ressalvadas as dotações referidas no art. 38 desta lei e as Provenientes do Fundo Especial de Financiamento de Campanha.

Fake news no WhatsApp têm "chip laranja" e nível profissional, diz pesquisa

Rodrigo Mattos
Do UOL, no Rio 25/10/2018 | 04h00

Reuters



WhatsApp tem sido bastante usado para disseminar notícias falsas no período eleitoral

As fake news em grupos de WhatsApp têm truques para esconder a origem, produção com nível profissional e distribuição organizada por influenciadores. São conteúdos essencialmente difundidos em grupos de apoio ao candidato a presidente Jair Bolsonaro (PSL)

Desde maio de 2018, a pesquisa da INTC e da Uerj acompanhou 90 grupos no aplicativo, analisando o conteúdo e o fluxo de informações. Desses grupos, 52 eram conservadores ou ligados diretamente ao presidente do PSL; outros 18, de apoio ao PT ou a Fernando Haddad; nove suprapartidários e outros de candidatos já fora da eleição como Ciro Gomes (PDT), Geraldo Alckmin (PSDB) e Marina Silva (Rede). Constatou-se, durante o processo, que os grupos ligados a Bolsonaro eram mais ativos e numerosos e, por isso, a pesquisa se concentrou neles.

No monitoramento, percebeu-se um predomínio de ataques contra o PT e pautas anti-esquerda, mais do que apologias ao próprio candidato do PSL. "São muitos tipos de conteúdo. São informações falsas, ou distorcidas. Também chamam para mobilizações. "Vão na enquete do Facebook porque tem uma questão da candidatura." "Vão dar dislike em um artista que declarou apoio a outro candidato." Há também mobilização em relação a veículos de imprensa e seus conteúdos. É uma vacina em relação ao conteúdo da mídia", analisou a coordenadora da pesquisa e professora de comunicação da Uerj Alessandra Aldé.

O conteúdo apresentado não tem um formato amador, como poderia se esperar em grupos só de eleitores mobilizados. "A produção de conteúdo não é amadora. Desde maio, antes da campanha, já funcionam com produção profissional. Não é um ou outro conteúdo. São memes, vídeos, imagens", diz Aldé.

Um exemplo: o estudo acompanhou a difusão de uma notícia falsa relacionada à suposta fraude nos resultados das urnas onde teria havido uma anulação em massa de 7,2 milhões de votos. Difundida principalmente em 10 de outubro, após o primeiro turno, esta notícia atingiu 41 grupos de WhatsApp, todos ligados a Bolsonaro. Foi compartilhada 202 vezes dentro dos grupos, não tendo atingido nenhum dos apoiadores de outros candidatos.

Campanha vinculada

Dentro do ambiente dos grupos pró-Bolsonaro, além de ataques a adversários, houve pedidos de votos vinculados em deputados estaduais, federais e senadores. A pesquisa da Uerj e INTC constatou que "santinhos" virtuais estavam circulando dentro do grupo.

AS BANCADAS DOS PARTIDOS NA CÂMARA

Partido	Eleita em 2014 Bancada Atual * Eleita em 2018		
PT	69	61	56
PSL	1	8	52
PP	38	50	37
MDB (ex-PMDB)	65	51	34
PSD	36	37	34
PR	34	40	33
PSB	34	26	32
PRB	21	21	30
DEM	21	43	29
PSDB	54	49	29
PDT	20	19	28
SD	15	10	13



ITS Rio

Follow

O Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio estuda o impacto e o futuro da tecnologia no Brasil e no mundo. — www.itsrio.org

Oct 26 · 21 min read

Poder Computacional: Automação no uso do WhatsApp nas Eleições

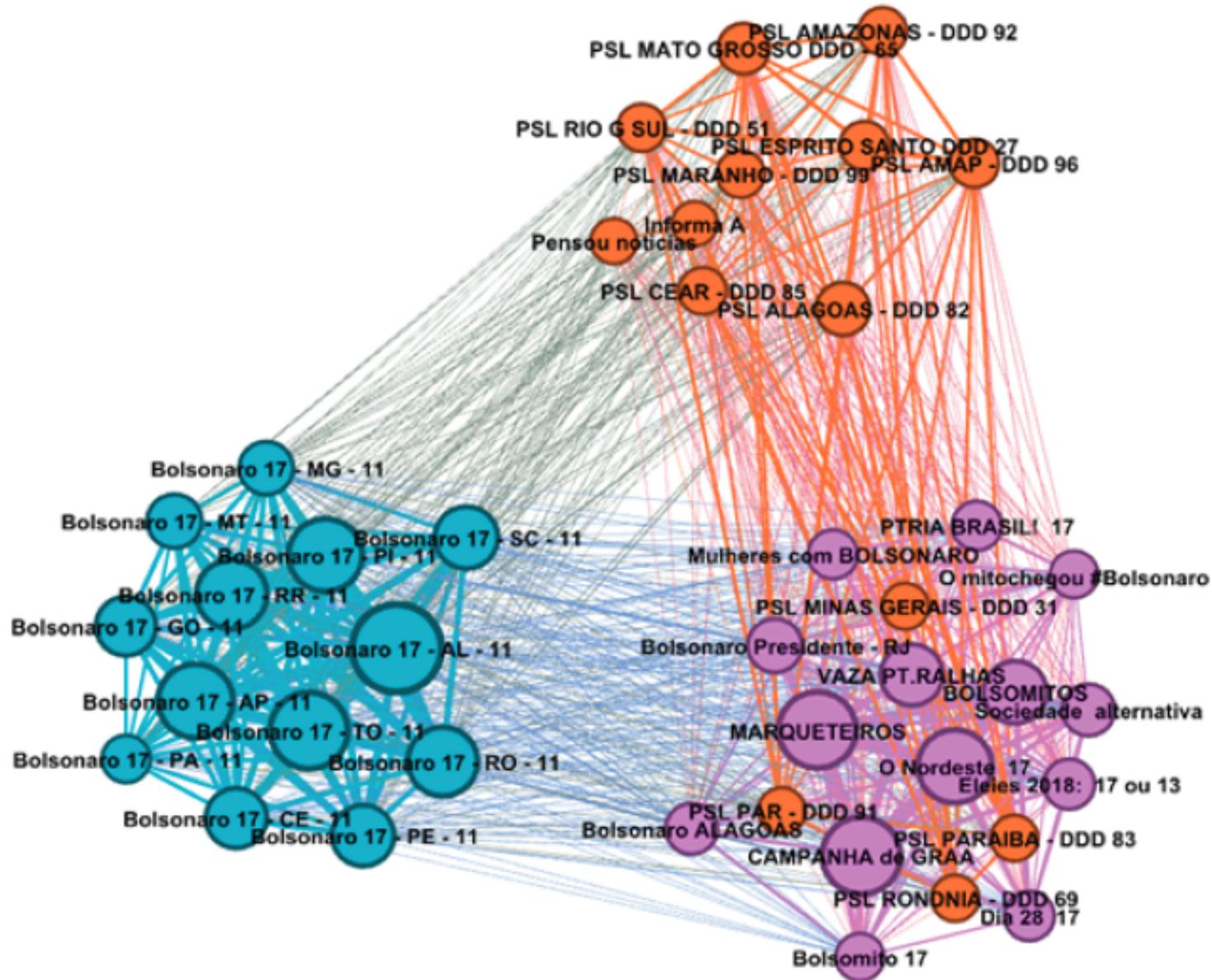
Estudo sobre o uso de ferramentas de automação para o impulsionamento digital de campanhas políticas nas eleições brasileiras de 2018

Em forma de pergunta, as principais hipóteses que guiam essa pesquisa são: 1) pode-se dizer que existe comportamento automatizado em aplicativos de mensagens instantâneas? 2) existe uma atuação coordenada, profissionalizada, na distribuição de mensagens e coordenação de contribuidores voluntários? 3) qual grau de conexão entre os participantes e administradores dos grupos políticos na plataforma? Este estudo pretende trazer resultados preliminares ligados à automação e coordenação de difusão de informações em plataformas digitais, e contribuir para o entendimento sobre as novas práticas para propaganda política que estão sendo empregadas.

METODOLOGIA DE PESQUISA

Nesta pesquisa, monitoramos 110 grupos de WhatsApp cujo acesso era possível por meios de links de acesso público. Como nossa coleta de dados reproduz a disponibilidade de links publicamente acessíveis para análise, e não um balanço numérico entre grupos associados a um ou outro candidato, esta pesquisa não deve ser usada para fazer comparações entre a propaganda computacional de um ou outro candidato. Inclusive, o desenho da metodologia foi feito com propósito específico: o de mapear características do uso de mensagens e grupos de mensagens em campanhas eleitorais nos aplicativos de mensagem como Whatsapp e seus equivalentes. Como o Whatsapp é uma

Figura 1: Grafo de rede social do compartilhamento de membros entre os grupos do WhatsApp mais interconectados[17].



The Intercept_

VÍDEO: SEU NÚMERO DE TELEFONE VALE 9 CENTAVOS NO ZAP DOS POLÍTICOS

Amanda Audi, Tatiana Dias

22 de Outubro de 2018, 17h43

<https://www.youtube.com/watch?v=9oo1d1ArLCw>

90% dos eleitores de Bolsonaro acreditaram em fake news, diz estudo

Avaaz aponta que 98% foram expostos a notícias falsas, e a maioria achou que fossem verdadeiras

2.nov.2018 às 11h50

Patrícia Pasquini

SÃO PAULO Estudo da organização Avaaz apontou que 98,21% dos eleitores do presidente eleito (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/veja-a-biografia-de-jair-bolsonaro-presidente-eleito-do-brasil.shtml>) Jair Bolsonaro (PSL) foram expostos a uma ou mais notícias falsas durante a eleição, e 89,77% acreditaram que os fatos eram verdade.

A pesquisa, realizada pela IDEA Big Data de 26 a 29 de outubro com 1.491 pessoas no país, analisou Facebook e Twitter.

“As fake news devem ter tido uma influência muito grande no resultado das eleições, porque as histórias tiveram alcance absurdo. A informação das fraudes em urnas eletrônicas (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/tse-determina-a-retirada-de-55-links-em-que-bolsonaro-coloca-uma-eletronica-em-duvida.shtml>) com o intuito de contabilizar votos para Fernando Haddad, do PT, alcançou 16 milhões de pessoas nas redes sociais 48 horas após o primeiro turno e a notícia continuou viva no segundo turno”, afirma o coordenador de campanhas da Avaaz, Diego Casaes.

Empresário é multado por contratar Facebook para impulsionar conteúdos

Legislação proíbe propaganda eleitoral paga pela internet, bem como impulsionamento contratado por cidadão

13.09.2018 13:20



O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) multou, na sessão desta quinta-feira (13), o empresário Luciano Hang em R\$ 10 mil por contratação irregular de impulsionamento de propaganda eleitoral na internet. Hang havia contratado a empresa Facebook Serviços Online Brasil para impulsionar conteúdo favorável a Jair Bolsonaro, candidato a presidente da República pela Coligação Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos (PSL/PRTB).

A representação contra Bolsonaro, o Facebook Brasil e Luciano Hang foi proposta pela Coligação Para Unir o Brasil (PSDB/DEM/PP/PPS/PR/PSD/PTB/SDD), do candidato a presidente Geraldo Alckmin.

RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS

REsp: 1316921 RJ 2011/0307909-6, Relator: Ministra Nancy Andrighi, DJe 29/06/2012 - Uso de plataformas configura relação de consumo

CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, **o respeito à sua dignidade**, saúde e **segurança**, a proteção de seus interesses econômicos, a **melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo**, atendidos os seguintes princípios:

RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS

^t CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

I - **reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;**

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, **segurança**, durabilidade e desempenho.

RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS

^t CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde **e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;**

Art. 8º Os produtos e **serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos** à saúde ou **segurança dos consumidores**, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS

^t CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

§ 1º **O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar,** levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS

CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Art. 20. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

§ 2º São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade.

RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS

CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS

T

Marco Civil da Internet – Lei 12.965/2014

Art. 19. **COM O INTUITO DE ASSEGURAR A LIBERDADE DE EXPRESSÃO E IMPEDIR A CENSURA**, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário.

A interpretação do art. 19 do Marco Civil da Internet não implica em que as plataformas só possam remover conteúdos da Internet por força de ordem judicial.

O que o dispositivo diz é que as empresas só podem ser responsabilizadas caso, tendo recebido uma ordem judicial de remoção, resistam e mantenham a postagem.

RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS

Marco Civil da Internet – Lei 12.965/2014

A responsabilização que pretendemos não significa violar o art. 19, do MCI.

Art. 19. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário.

RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS

T

Marco Civil da Internet – Lei 12.965/2014

Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos:

I - inviolabilidade da intimidade e da vida privada, sua proteção e indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

VII - não fornecimento a terceiros de seus dados pessoais, inclusive registros de conexão, e de acesso a aplicações de internet, salvo mediante consentimento livre, expresso e informado ou nas hipóteses previstas em lei;

VIII - informações claras e completas sobre coleta, uso, armazenamento, tratamento e proteção de seus dados pessoais, que somente poderão ser utilizados para finalidades que:

a) justifiquem sua coleta;

b) não sejam vedadas pela legislação; e

c) estejam especificadas nos contratos de prestação de serviços ou em termos de uso de aplicações de internet;

IX - consentimento expresso sobre coleta, uso, armazenamento e tratamento de dados pessoais, que deverá ocorrer de forma destacada das demais cláusulas contratuais;

DANOS INDIVIDUAIS E DIFUSOS.

No caso tivemos danos de abrangência difusa, com a fragilização não só dos consumidores, mas das instituições democráticas brasileiras, em especial o sistema eleitoral.



TSE pode anular candidatura impulsionada por notícias falsas, diz Fux

Ministro diz que fake news podem ser enquadradas em artigo do Código Eleitoral que prevê anulação de votação viciada por falsidade ou fraude

OBRIGADA!