



CD/22239.71019-00

CONGRESSO NACIONAL

CPMI – FAKE NEWS

COMISSÃO PARLAMENTAR MISTA DE INQUÉRITO DESTINADA A INVESTIGAR OS ATAQUES CIBERNÉTICOS QUE ATENTAM CONTRA A DEMOCRACIA E O DEBATE PÚBLICA; A UTILIZAÇÃO PERFIS FALSOS PARA INFLUENCIAR OS RESULTADOS DAS ELEIÇÕES DE 2018; A PRÁTICA DE *CYBERBULLYNG* SOBRE OS USUÁRIOS MAIS VULNERÁVEIS DA REDE DE COMPUTADORES, BEM COMO SOBRE AGENTES PÚBLICOS; E O ALICIAMENTO E ORIENTAÇÃO DE CRIANÇAS PAR O COMETIMENTO DE CRIMES DE ÓDIO E SUICÍDIO.



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Lídice da Mata

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD222397101900>

RELATÓRIO FINAL

Presidente: Senador Angelo Coronel (PSD/BA)

Relatora: Deputada Lídice da Mata (PSB/BA)

Brasília, _____ de _____



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



Sumário

DA CRIAÇÃO DA CPMI	7
DA INSTALAÇÃO E COMPOSIÇÃO DA CPMI	16
PLANO DE TRABALHO	22
INTRODUÇÃO	23
Do fato determinado (objeto da CPMI):	25
DO OBJETO DA CPMI	29
ROTEIRO DE TRABALHO E ESTRATÉGIAS DE INVESTIGAÇÃO	30
Eixo 1: Fake News, democracia e Eleições	31
Eixo 2: Cyberbullying e os ataques à dignidade humana;	35
Eixo 3: Proteção de Dados Pessoais.	37
REUNIÕES E AUDIÊNCIAS PÚBLICAS	40
TEMÁTICAS INICIAIS	40
SUBRELATORIAS	41
CRONOGRAMA INICIAL	41
CONCLUSÃO	42
REQUERIMENTOS APRECIADOS PELA CPMI	43
REQUERIMENTOS NÃO APRECIADOS PELA CPMI	86
REQUERIMENTOS NÃO APRECIADOS SUSPENSOS POR DECISÃO JUDICIAL	132
REQUERIMENTOS PREJUDICADOS E RETIRADOS	134
AUDIÊNCIAS PÚBLICAS E OITIVAS	154
Audiência Pública realizada no dia 22 de outubro de 2019, para debater o fenômeno das fake news na sociedade e na democracia.	154
Audiência Pública realizada no dia 29 de outubro de 2019, para debater a prática do cyberbullying e os seus efeitos deletérios para os indivíduos e a sociedade, as fake news, a democracia e as eleições. .	168
Depoimento do Deputado Alexandre Frota realizado no dia 30 de outubro de 2019	188
Depoimento do Sr. Allan dos Santos realizado no dia 05 de novembro de 2019	191
Depoimento da senhora Adriele Britto, realizado no dia 06 de novembro de 2019	195
Depoimento do Sr. Edgar Matsuki, realizado no dia 06 de novembro de 2019	202



Depoimento do Sr. Sérgio Boeck, realizado no dia 06 de novembro de 2019	211
Depoimento do Sr. Gilmar Henrique Lopes, realizado no dia 06 de novembro de 2019	216
Depoimento do Sr. Francisco Brito Cruz, realizado no dia 19 de novembro de 2019	224
Depoimento do Sr. Emerson Wendt, realizado no dia 19 de novembro de 2019	237
Depoimento do Sr. Carlos Alberto dos Santos Cruz, realizado no dia 26 de novembro de 2019	244
Depoimento do Sr. Miguel de Andrade Freitas, realizado no dia 27 de novembro de 2019	277
Depoimento do Sr. Marco Aurélio Ruediger, realizado no dia 27 de novembro de 2019	286
Depoimento do Sr. Arnaldo César Ricci Jacob, realizado no dia 03 de dezembro de 2019	295
Depoimento do Sr. Gésio Passos, realizado no dia 03 de dezembro de 2019	303
Depoimento da Sra. Tainã Nalon Xavier, realizado no dia 03 de dezembro de 2019	309
Depoimento da Sra. Natália Levien Leal, realizado no dia 03 de dezembro de 2019	316
Depoimento do Sr. Thiago Reis, realizado no dia 03 de dezembro de 2019	324
Depoimento da Sra. Joice Hasselmann, realizado no dia 04 de dezembro de 2019	328
Depoimento do Sr. Paulo Marinho, realizado no dia 10 de dezembro de 2019	383
Depoimento do Sr. Rafael de Almeida Evangelista, realizado no dia 11 de dezembro de 2019	397
Depoimento do Sr. Leonel Azevedo de Aguiar, realizado no dia 11 de dezembro de 2019	403
Depoimento do Sr. Diogo Rais Rodrigues Moreira, realizado no dia 11 de dezembro de 2019	408
Depoimento do Sr. Hans River do Rio Nascimento, realizado no dia 11 de fevereiro de 2020	415
Depoimento do Sr. Gustavo Santana Borges, realizado no dia 12 de fevereiro de 2020	447
Depoimento do Sr. Alexandre Castro, realizado no dia 12 de fevereiro de 2020	453



Depoimento do Sr. Ricardo Machado, realizado no dia 18 de fevereiro de 2020	463
Depoimento do Sr. Lindolfo Antonio Alves Neto, realizado no dia 19 de fevereiro de 2020	473
DOCUMENTOS RECEBIDOS PELA CPMI	490
OFÍCIOS EXPEDIDOS	531
CONSTATAÇÕES E CONCLUSÕES	556
DEFINIÇÃO DE FAKE NEWS	556
ATORES ENVOLVIDOS	562
IMPrensa TRADICIONAL	564
REDES SOCIAIS, MECANISMOS DE BUSCA E PLATAFORMAS DE CONTEÚDO DIGITAL	567
GRUPOS QUE “FABRICAM” NOTÍCIAS	571
USUÁRIOS	572
AGÊNCIAS DE CHECAGEM	574
TERCEIROS “SUPERVISORES”	575
CARACTERÍSTICAS DAS MENSAGENS “FAKE”	576
LEGISLAÇÃO NACIONAL	577
CONSEQUÊNCIAS POLÍTICAS	580
CRIMES E INFRAÇÕES ELEITORAIS	582
INICIATIVAS EM ANDAMENTO	589
TSE	589
CÂMARA DOS DEPUTADOS	591
CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO CONGRESSO NACIONAL	593
FACEBOOK	593
GOOGLE	594
EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO DIGITAL	595
FORMAS DE IDENTIFICAÇÃO DE FAKE NEWS	596
PROJETOS DE LEI	598
INICIATIVAS LEGISLATIVAS INTERNACIONAIS	600
ALEMANHA	600
MALÁSIA	604
OUTROS PAÍSES	605
REDE DE PERFIS INAUTÊNTICOS DERRUBADOS PELO FACEBOOK	607



ANÚNCIOS DO GOVERNO FEDERAL E DA ELETROBRÁS CONTRATADOS POR MEIO DA PLATAFORMA GOOGLE ADS	614
PRECEDENTES – O CASO DA SECOM	614
Introdução	614
Do possível descumprimento, pela SECOM, de decisão da CGU	624
Descrição dos dados ofertados pela SECOM	632
ELETROBRÁS – Centrais Elétricas Brasileiras S.A.	636
Descrição dos dados ofertados pelo ELETROBRAS	636
BB – Banco do Brasil S.A.	638
Metodologia	640
Canais com comportamento desinformativo	642
Análise de <i>target</i> das campanhas da ação publicitária “reforma da previdência” da SECOM.	644
VEICULAÇÃO EM CANAIS INAPROPRIADOS NAS CAMPANHAS ANALISADAS DA SECOM	653
VEICULAÇÃO EM CANAIS INAPROPRIADOS NAS CAMPANHAS ANALISADAS DA ELETROBRÁS	659
O ACÓRDÃO 2553/2022 DO TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO	664
A PROIBIÇÃO DA MONETIZAÇÃO DE CANAIS DE TITULARES DE CARGO ELETIVO NA CÂMARA E NO SENADO FEDERAL	668
A DESINFORMAÇÃO SOBRE A PANDEMIA DA COVID-19	669
CONCLUSÕES E FUTURAS DILIGÊNCIAS	676
CONCLUSÕES DA RELATORA	679



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



DA CRIAÇÃO DA CPMI

Esta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito foi criada por meio do Requerimento nº 11, de 2019, do Congresso Nacional, para, no prazo de 180 dias, investigar “os ataques cibernéticos que atentam contra a democracia e o debate público; a utilização de perfis falsos para influenciar os resultados das eleições 2018; a prática de *cyberbullying* sobre os usuários mais vulneráveis da rede de computadores, bem como sobre agentes públicos; e o aliciamento e orientação de crianças para o cometimento de crimes de ódio e suicídio”.

Composta de 32 titulares, sendo 16 deputados federais e 16 senadores, e igual número de suplentes, esta CPMI foi instalada no dia 04 de setembro de 2019, ocasião em que foi eleito Presidente o Senador Angelo Coronel (PSD/BA). O presidente designou como relatora a Deputada Lídice da Mata (PSB/BA).

O Requerimento de Instituição de CPMI nº 11/2019, de autoria do Deputado Alexandre Leite e outros, foi formulado nos seguintes termos:

REQUERIMENTO DE INSTITUIÇÃO DE CPMI Nº 11, DE 2019.

(Do Sr. Alexandre Leite e outros)

Requer, nos termos do art. 58, § 3º, da Constituição Federal, combinado com o art. 21 do Regimento Comum do Congresso Nacional, a instituição de Comissão Parlamentar Mista de Inquérito, composta de 15 (quinze) Senadores e 15 (quinze) deputados, e igual número de suplentes, para, no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, investigar os ataques cibernéticos que atentam contra a democracia e o debate público; a utilização de perfis falsos para influenciar os resultados das eleições 2018; a prática de

7



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *

ExEdit

cyberbullying sobre os usuários mais vulneráveis da rede de computadores, bem como sobre agentes públicos; e o aliciamento e orientação de crianças para o cometimento de crimes de ódio e suicídio.

Excelentíssimo Senhor Presidente,

Requeremos, respeitosamente, a Vossa Excelência, nos termos do art. 58, § 3º, da Constituição Federal, combinado com o art. 21 do Regimento Comum do Congresso Nacional, a instituição de Comissão Parlamentar Mista de Inquérito, composta de 15 (quinze) Senadores e 15 (quinze) deputados, bem como igual número de suplentes, para, no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, investigar os ataques cibernéticos que atentam contra a democracia e o debate público; a utilização " de perfis falsos para influenciar os resultados das eleições 2018; a prática de *cyberbullying* sobre os usuários mais vulneráveis da rede de computadores, bem como " sobre agentes públicos; e o aliciamento e orientação de crianças para o cometimento de crimes de ódio e suicídio.

As despesas dos trabalhos da presente Comissão Parlamentar Mista de Inquérito ficam orçadas em R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais).

JUSTIFICATIVA

Desde a volta da população às ruas, por ocasião das manifestações de junho de 2013, quando o aumento das tarifas de ônibus fez irromper uma onda de protestos por todo o Brasil, podemos assistir à transformação das redes sociais em um reconhecido espaço de expressão da democracia, uma vez terem estas assumido um protagonismo como instrumento de mobilização e de difusão de informações. No entanto, como reflexo do que acontecia nas ruas, as redes foram inundadas por velhas estratégias políticas de difamação e de manipulação de



debates públicos, razão pela qual têm se tornado um verdadeiro campo de batalha.

Campanhas de ódio, assédios, exposição da intimidade alheia e até tentativa de homicídio usando a Internet como meio de aproximação são riscos enfrentados com frequência cada vez maior pelos usuários. A Internet e as redes sociais criaram um espaço infinito para a livre circulação de ideias e opiniões, fato que culminou na instalação de verdadeiros tribunais instantâneos que elevam ou enterram as reputações tanto de agentes públicos quanto de cidadãos comuns, sem a menor piedade e responsabilização.

O desenvolvimento desse ambiente fértil e hostil para a disseminação opiniões viabilizou, ainda, a automatização de ferramentas de publicação, resultando no surgimento e na propagação de robôs - contas controladas por softwares que se fazem passar por seres humanos, os quais já dominam parte das redes sociais e participam ativamente das discussões em momentos políticos de grande repercussão.

Nas discussões políticas, os robôs têm sido usados por todo o espectro partidário não apenas para conquistar seguidores, mas também para conduzir ataques a opositores e forjar discussões artificiais. Manipulam debates, criam e disseminam notícias falsas - as chamadas fake News -, e influenciam a opinião pública por meio da postagem e replicação de mensagens em larga escala.

Estudo feito pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas - FGV /DAPP aponta que esse tipo de conta chegou a ser responsável por mais de 10% (dez por cento) das interações no Twitter nas eleições presidenciais de 2014. Durante protestos pelo impeachment, essas interações provocadas por robôs representaram mais de 20% (vinte por cento) do debate entre apoiadores de Dilma Rousseff, que usavam significativamente esse tipo de mecanismo. Outro exemplo analisado mostra que quase 20% (vinte por cento) das interações no debate entre os usuários favoráveis a Aécio Neves no segundo turno das eleições de 2014 foi motivado por robôs.

A presença de perfis automatizados, ou robôs, representam um risco à lisura do debate público e do processo eleitoral.

Em matéria publicada em dezembro de 2017 no sítio eletrônico da pela BBC Brasil, resta demonstrado que a estratégia de manipulação eleitoral e da opinião pública



nas redes sociais seria similar à usada por russos nas eleições americanas, e já existiria no Brasil ao menos desde 2012. Segue trecho da matéria:

"(...) A reportagem identificou também um caso recente, ativo até novembro de 2017, de suposto uso da estratégia para beneficiar uma deputada federal do Rio.

A reportagem entrevistou quatro pessoas que dizem ser ex-funcionários da empresa, reuniu vasto material com o histórico da atividade online de mais de 100 supostos fakes e identificou 13 políticos que teriam se beneficiado da atividade. Não há evidências de que os políticos soubessem que perfis falsos estavam sendo usados.

Com ajuda de especialistas, a BBC Brasil identificou como os perfis se interligavam e seus padrões típicos de comportamento. Seriam o que pesquisadores começam a identificar agora como ciborgues, uma evolução dos já conhecidos robôs ou bots, uma mistura entre pessoas reais e "máquinas" com rastros de atividade mais difíceis de serem detectados por computador devido ao comportamento mais parecido com o de humanos.

Parte desses perfis já vinha sendo pesquisado pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic) da Universidade Federal do Espírito Santo, coordenado pelo pesquisador Fábio Malini. "Os ciborgues ou personas geram cortinas de fumaça, orientando discussões para determinados temas, atacando adversários políticos e criando rumores, com clima de 'já ganhou' ou 'já perdeu'", afirma ele. Exploram o chamado "comportamento de manada.

"Ou vencíamos pelo volume, já que a nossa quantidade de posts era muito maior do que o público em geral conseguia contra-argumentar, ou conseguíamos estimular pessoas reais, militâncias, a comprarem nossa briga. Criávamos uma noção de maioria", diz um dos ex-funcionários entrevistados.(...)"

Ao identificarmos robôs operando para um campo, no entanto, não podemos dizer que os atores políticos e públicos ali situados sejam responsáveis diretos pelos robôs a seu favor. Diversos grupos de interesse podem estar fazendo uso desse tipo de recurso de disseminação de informações. Na verdade, lato sensu, há robôs até operando do exterior. Isso inclusive enseja a reflexão de manipulação não só interna, mas também para além dos campos políticos nacionais, sugerindo a hipótese da possibilidade de até mesmo outros atores, estranhos ao quadro nacional, operarem nas redes esses mecanismos.

Os episódios indicam uma ação acertada, típica de organizações criminosas, cujo propósito é se valer das mídias sociais e da Internet para atacar e desmoralizar as instituições republicanas.

Ainda, há um sem-número de ataques cibernéticos com conteúdos de intimidação, ofensas, hostilizações e



crimes contra a honra cometidos em ambiente digital. São eles denominados Cyberbullying, sendo o termo, em inglês, formado da junção da palavra cyber, que significa comunicação virtual por meio de mídias digitais, com o termo bullying, que é o ato de intimidar ou humilhar uma pessoa.

O crescimento da ação coordenada de robôs e da prática de cyberbullying representa, portanto, uma ameaça real para o debate público, representando riscos à democracia ao manipular o processo de formação de consensos na esfera pública, bem como a causa de sofrimento de boa parte da sociedade, com consequentes danos muitas vezes irreversíveis à vida pessoal e social do indivíduo.

Além do potencial danoso dessa prática para a disputa política e para o debate democrático, o cyberbullying representa risco real à camada mais vulnerável da sociedade (crianças, adolescentes, mulheres, negros, homossexuais, etc.) que faz uso das redes sociais. Isso porque, quando os envolvidos são jovens e crianças, as agressões podem trazer consequências irreversíveis para seu desenvolvimento e, em casos extremos, levar ao suicídio.

Em reportagem veiculada no dia 5 de maio de 2014, o site G1 relata o caso da mulher que foi morta após boatos em uma rede social, em São Paulo. Segundo a matéria, a dona de casa Fabiane Maria de Jesus, de 33 anos, morreu dois dias após ter sido espancada por dezenas de moradores de Guarujá, no litoral de São Paulo.

Segundo a família, ela foi agredida a partir de um boato gerado por uma página em uma rede social que afirmava que a dona de casa sequestrava crianças para utilizá-las em rituais de magia negra.

O porteiro Jaílson Alves das Neves, marido de Fabiane, afirmou, em entrevista ao G1, antes de saber da morte da mulher, que a esposa era inocente. De acordo com ele, a página se confundiu ao colocar uma foto de Fabiane em seu perfil e isso motivou as agressões. "Começou com um boato na internet. Eles colocaram uma foto de uma pessoa parecida e todo mundo achou que era ela. Quando ela voltou para o bairro, a cercaram e começaram as agressões", explica.

De acordo com familiares de Fabiane, após as agressões, ela sofreu traumatismo craniano e foi internada em estado crítico no Hospital Santo Amaro, também em Guarujá.



Nesse aspecto, cumpre destacar que o problema não reside, apenas, na divulgação de algumas notícias de veracidade duvidosa, mas também na forma como estas são propagadas nas redes sociais. Como apontado acima, fica clara a existência, atualmente, de usuários que, além de criar conteúdos distorcidos da realidade - seja para uma determinada pessoa obter vantagem, seja para tirar a credibilidade de certa figura, são verdadeiros incitadores ao cometimento de crimes de ódio.

Fato amplamente divulgado recentemente pela imprensa brasileira dá conta de um inquérito aberto no âmbito do Supremo Tribunal Federal (STF), determinado pelo Presidente, o Ministro Dias Toffoli, no sentido de investigar notícias falsas, compartilhadas via redes sociais, que atacam a Corte e os seus respectivos membros.

De acordo com o despacho do Ministro, além de divulgação de fake news contra os magistrados do STF, o inquérito apurará vazamentos que tem o Supremo como alvo. "O abjeta deste inquérito é a investigação de notícias fraudulentas (fake news), falsas comunicações de crimes, denúncias caluniosas, ameaças e demais infrações revestidas de animus caluniandi, diffamandi ou injuriandi, que atingem a honorabilidade e a segurança do Supremo Tribunal Federal, de seus membros; bem como de seus familiares, quando houver relação com a dignidade dos Ministros, inclusive o vazamento de informações e documentos sigilosos, com o intuito de atribuir e/ou insinuar a prática de atos ilícitos por membros da Suprema Corte", informa um trecho do documento.

O portal G1, em 19 de março, veiculou fala3 do Ministro Alexandre de Moraes, relator do inquérito no STF, a respeito das investigações sobre os ataques cibernéticos:

"(..)

O ministro Alexandre de Moraes falou com jornalistas na chegada para a sessão da Primeira Turma. Ele se referia a críticas de procuradores ao inquérito aberto pelo presidente do STF, Dias Toffoli. "No Direito, a gente fala que é o Jus esperneandi", o direito de espernear. Pode espernear à vontade, pode criticar à vontade. Quem interpreta o regimento do Supremo é o Supremo. O presidente abriu, o regimento autoriza, o regimento foi recepcionado com força de lei e nós vamos prosseguir. Principalmente para a questão dessa rede de robôs, de WhatsApp, Twitter. Essa rede que alguém paga, alguém financia, por algum motivo. Aqui, na verdade, é a desestabilização de uma instituição republicana. O que vem se pretendendo é desestabilizar o Supremo Tribunal Federal, ou seja, o Poder Judiciário. Não existe democracia sem



independência do Poder Judiciário. Isso vai ser investigado a fundo", afirmou o ministro Alexandre de Moraes.

Alexandre de Moraes disse que o Supremo não pode tolerar ameaças e que elas devem ser apuradas para evitar atitudes extremas.

"Não são essas acusações covardes por trás de um computador, de um WhatsApp, que acabam virando crime, mas são, isso é comprovado, tanto pela ciência médica quanto pela criminal, são essas acusações, esse volume, que acabam incentivando pessoas perturbadas a eventualmente falar: 'então é, é isso mesmo, ah, e aí é uma facada, é um tiro'", disse o ministro.

Ele disse também que as críticas contra o Supremo extrapolam a liberdade de expressão: "Não se pode permitir em um país democrático como Brasil, em que as instituições funcionam livremente há 30 anos, que, porque você não gosta de uma decisão, você prega o fechamento da instituição republicana, você prega a morte de ministros, morte de familiares. Isso extrapolou, como bem disse o ministro Celso de Mello, o nosso decano, isso extrapolo a liberdade de expressão. A liberdade de expressão não comporta quebra da normalidade democrática e discurso de ódio.

(...)".

Analisando os grandes exemplos de fake news já noticiados, é possível perceber, em todas essas situações, um alto grau de compartilhamentos e de disseminação da informação por parte dos usuários, fatos que representam ameaça letal para as instituições republicanas.

Existe, ainda, na Internet, um outro espaço, protegido pelo anonimato, cuja rastreabilidade é praticamente impossível, que tem servido de palco para o aliciamento de jovens e até mesmo para prática de crimes de ódio: a deep web.

Em comunidades escondidas na deep web (área não rastreável da Internet), há incitação de violência e de crimes contra minorias, além do incentivo a mortes em massa e suicídio.

Atualmente, o Ministério Público (MP) de São Paulo está investigando o possível envolvimento de organizações criminosas e de fóruns extremistas da deep web no terrível massacre ocorrido em Suzana, a 13 de março deste ano.

Segundo reportagem veiculada pela Folha de São Paulo no último 16 de março, o massacre insuflou fóruns que são ponto de encontro de criminosos na deep web e desafiam a polícia a encontrar formas de coibir novas mortes. Diz a matéria:

"(. . .)

A comemoração do massacre nos fóruns da internet começou minutos depois de ser noticiado que Guilherme Taucci



Monteiro, 17, e Luiz Henrique de Castro, 25, invadiram a escola Raul Brasil com um revólver e armas brancas, matando oito pessoas e ferindo 11.

A Folha vem acompanhando a reação nestes fóruns desde quarta - eles ficam numa parte da internet em que é difícil rastrear os usuários, só acessível com um navegador que mascara seus dados, o Tor. Os chamados "chans" são como se fossem fóruns, onde os posts vão se somando em longas conversas que, em alguns casos, discorrem sobre assassinato, pedofilia, racismo e misoginia.

"Homens de bem honrados", escreveu um usuário do fórum Dogolachan, abaixo da foto de Guilherme e Luiz Henrique mortos.

"Temos os nossos primeiros atiradores sonetos formados no Dogola", completou outro.

Ainda é investigado pelo Ministério Público se os autores do massacre de fato frequentaram esse fórum específico, mas eles já foram incluídos na galeria de ídolos do Dogolachan, ao lado de outros antigos usuários assassinos ou criminosos.

Em uma espiral de ódio, o crime alimentou anúncios de novos crimes, batizados de *actvm sanctvm* (ato santo). Especialistas alertam para o despreparo de boa parte da polícia para coibir este tipo de crime, com exceção de núcleos isolados especializados.

"Não é só comprar viatura e arma. A polícia precisa dar formação. Quem é que consegue entrar na deep web e fazer uma investigação?", questiona a criminóloga e escritora Ilana Casoy. "Um policial que faz esse trabalho intelectual é tão importante quanto um atirador."

Ela afirma que a presença de um espaço onde fantasias criminosas são aplaudidas pode ser um dos fatores (sempre há mais de um) a engatilhar um atentado do tipo. "É um crime isso que fazem. O assassinato em massa é muito grave, mas é grave também incitar o suicídio, o estupro, como fazem".

(...)".

Assim, fica evidente o papel dessa Casa no sentido de investigar essa série de atos criminosos, cometidos ou propiciados em meio virtual, com foco no aprimoramento do arcabouço legal das relações cibernéticas, indicando providências que visem a coibir atentados contra a vida e a dignidade da população brasileira, bem como a respeitar a Democracia e as suas instituições.

Ante o exposto, torna-se indispensável a instalação imediata de uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito. Dada a complexidade dos fatos, novos indícios poderão ser adicionados ao processo na medida em que a Comissão desenvolva seus trabalhos.

Sala das Sessões, em _____ de 2019.

Deputado **ALEXANDRE LEITE e Outros**



Esta CPMI, portanto, foi criada para investigar os ataques cibernéticos que atentam contra a democracia e o debate público; a utilização de perfis falsos para influenciar os resultados das eleições 2018; a prática de *cyberbullying* sobre os usuários mais vulneráveis da rede de computadores, bem como sobre agentes públicos; e o aliciamento e orientação de crianças para o cometimento de crimes de ódio e suicídio.

Em 5 de junho de 2019, foram realizadas as conferências de assinaturas de Senadores e Deputados. Entre os Senadores, de 48 assinaturas analisadas, 45 conferiram com as originais, além de 3 assinaturas de apoio. Após a exclusão das assinaturas repetidas, chegou-se a um total de 34 assinaturas válidas. Entre os Deputados, de 274 assinaturas analisadas, 271 conferiram com as originais, além de 18 assinaturas de apoio. Após a exclusão das assinaturas repetidas, chegou-se a um total de 230 assinaturas válidas.

A íntegra do avulso de requerimento está disponível na página do Senado na internet, no endereço <https://www6g.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=7975306&>



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



DA INSTALAÇÃO E COMPOSIÇÃO DA CPMI

Em 04 de setembro de 2019, por meio do Memorando n. 001/2019, o Senador Angelo Coronel, presidente da CPMI das fake news, informou ao Senador Davi Alcolumbre, então Presidente do Senado Federal, a instalação da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito criada nos termos do RQN n. 11, de 2019, destinada a “investigar os ataques cibernéticos que atentam contra a democracia e o debate público; a utilização de perfis falsos para influenciar os resultados das eleições 2018; a prática de cyberbullying sobre os usuários mais vulneráveis da rede de computadores, bem como sobre agentes públicos; e o aliciamento e orientação de crianças para o cometimento de crimes de ódio e suicídio”.

Inicialmente, foram preenchidos os cargos de Presidente da Comissão, ocupado pelo Senador Angelo Coronel, e de relatora, ocupado pela eputada Lídice da Mata. A composição completa inicial da CPMI se deu da seguinte forma:

Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil (MDB, REPUBLICANOS, PP)	
TITULARES	SUPLENTES
EDUARDO BRAGA	1. RENAN CALHEIROS
EDUARDO GOMES	2. LUIZ DO CARMO
MARCIO BITTAR	3. MECIAS DE JESUS



VAGO	4. VAGO
------	---------

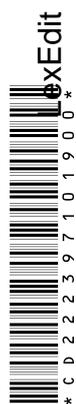
Bloco Parlamentar Senado Independente (PATRIOTA, REDE, PDT, CIDADANIA, PSB)	
TITULARES	SUPLENTES
VENEZIANO VITAL DO RÊGO	1. FABIANO CONTARATO
RANDOLFE RODRIGUES	2. ALESSANDRO VIEIRA
WEVERTON	3. VAGO

Bloco Parlamentar PSDB/PSL (PSDB, PSL)	
TITULARES	SUPLENTES
ROBERTO ROCHA	1. VAGO
JUÍZA SELMA	2. MAJOR OLIMPIO

PSD	
TITULARES	SUPLENTES



CD/22239.71019-00



CD222397101900



ANGELO CORONEL	1. OTTO ALENCAR
NELSINHO TRAD	2. IRAJÁ

Bloco Parlamentar da Resistência Democrática (PT, PROS)	
TITULARES	SUPLENTES
HUMBERTO COSTA	1. JEAN PAUL PRATES
ROGÉRIO CARVALHO	2. ZENAIDE MAIA

Bloco Parlamentar Vanguarda (DEM, PL, PSC)	
TITULARES	SUPLENTES
CHICO RODRIGUES	1. ZEQUINHA MARINHO
VAGO	2. VAGO

PODEMOS	
TITULARES	SUPLENTES



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *

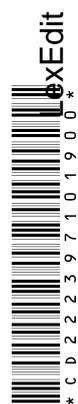


EDUARDO GIRÃO	1. STYVENSON VALENTIM
---------------	-----------------------

MDB, PP, PTB	
TITULARES	SUPLENTES
HIRAN GONÇALVES	1. VAGO
RICARDO BARROS	2. VAGO
VAGO	3. VAGO

PT	
TITULARES	SUPLENTES
LUIZIANNE LINS	1. NATÁLIA BONAVIDES
RUI FALCÃO	2. CARLOS ZARATTINI

PSL	
TITULARES	SUPLENTES



FILIFE BARROS	1. CORONEL TADEU
CAROLINE DE TONI	2. CARLA ZAMBELLI

PSD	
TITULARES	SUPLENTES
DELEGADO ÉDER MAURO	1. VAGO

PL	
TITULARES	SUPLENTES
VAGO	1. CAPITÃO AUGUSTO

PSB	
TITULARES	SUPLENTES
ALESSANDRO MOLON	1. LÍDICE DA MATA

REPUBLICANOS



TITULARES	SUPLENTES
CELSO RUSSOMANNO	1. VAGO

PSDB	
TITULARES	SUPLENTES
BRUNA FURLAN	1. VAGO

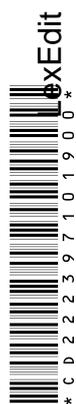
DEM	
TITULARES	SUPLENTES
ALEXANDRE LEITE	1. ELMAR NASCIMENTO

PDT	
TITULARES	SUPLENTES
TÚLIO GADÉLHA	1. AFONSO MOTTA

PODEMOS	
---------	--



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



TITULARES	SUPLENTES
BACELAR	1. VAGO

SOLIDARIEDADE	
TITULARES	SUPLENTES
DR. LEONARDO	1. ZÉ SILVA

PLANO DE TRABALHO

Por meio do Requerimento nº 11, de 2019, o Congresso Nacional criou a presente Comissão Parlamentar Mista de Inquérito para, no prazo de 10 dias, investigar “os ataques cibernéticos que atentam contra a democracia e o debate público; a utilização de perfis falsos para influenciar os resultados das eleições 2018; a prática de *cyberbullying* sobre os usuários mais vulneráveis da rede de computadores, bem como sobre agentes públicos; e o aliciamento e orientação de crianças para o cometimento de crimes de ódio e suicídio”.

Composta de 32 titulares, sendo 16 deputados federais e 16 senadores, e igual número de suplentes, esta CPMI foi instalada no dia 04 de setembro de 2019, ocasião em que foram eleitos o Presidente, o Senador Angelo Coronel (PSD/BA). O presidente designou indicou como relatoria a Deputada Lídice da Mata (PSB/BA), autora deste Plano de Trabalho.



INTRODUÇÃO

Numa Democracia estabelecida, constitui missão e pressuposto insofismável da Teoria Geral do Estado, o acompanhamento, a fiscalização e a vigilância por parte do Poder Legislativo das atividades executadas e decisões implementadas pelo Poder Executivo, enquanto ordenador da consecução e materialização das políticas públicas.

Sob esta égide é inquestionável, igualmente, que qualquer manifestação nesta direção executiva de Estado seja pautada pelo interesse público e desprovida de qualquer sinal de desmando, negligência, desonestidade, desídia e desmando.

Na esfera Legislativa dois aparatos são essenciais ao acompanhamento fiscalizatório: as Comissões Parlamentares de Inquérito - CPI, em caráter decisor e operacional *interna corporis* congressional, secundado por normas do Código de Processo Penal, e os Tribunais de Contas, como órgãos auxiliares nacionais ou regionais.

Num e noutro procedimento, complementares e colaborativos, a apuração de denúncias que envolvam o Estado na administração da *Res Publica* e no julgamento do processo executório das despesas orçamentárias e financeiras, não se confunde com o princípio da independência e harmonia entre os poderes, num sistema de *check and balance*, freios e contrapesos essenciais para a defesa da liberdade individual (Platão, Aristoteles, Montesquieu, Revolução Gloriosa Inglesa, Locke e Federalistas e Declaração dos Direitos de 1789), que evitem a preponderância de uma esfera sobre outra, e, em instância primaz do Poder constituído sobre a povo enquanto Nação estabelecida.

Montesquieu orienta que, para impedir que o homem, que conta com o poder, abuse desse poder, é mister erigir limites a esse poder, porque ele haverá de ir 'até onde encontrar limites'. Como, então, pôr limites ao



poder, que, sendo poder, é força? **A solução é suscitar outro poder que, opondo-se àquele, o detenha.** ‘Para que não se possa abusar do poder, afirma o antigo Presidente do Parlamento de Bordéus, **é preciso que, por disposição das coisas, o poder detenha o poder**’¹. (grifo nosso)

Duguit², publicista francês afirma, na leitura das *Commissions d’enquête parlementaire*, que uma CPI pode realizar todos os atos que levem ao esclarecimento do modo como funcionam, os serviços públicos.

No Brasil, inquéritos parlamentares aparecem pela primeira vez expressos apenas na Constituição de 1934 (art. 36) e restritos à Câmara, embora já existentes desde o Império, mas sem atingir agentes ou atos do Executivo. Desaparece na polaca do de 1937 e ressurgiu, para as duas casas do Legislativo, na Constituição de 1946³, frente à criação dos partidos políticos.

A Constituição de 1988 manteve as mesmas linhas da Carta de 1946, quais sejam:

- a) Apuração de fato determinado;
- b) Funcionamento por prazo certo;
- c) Poderes de investigação análogos ao de juiz;
- d) Constituídas a requerimento de um terço dos membros da Casa; e
- e) Deverão explicitar suas conclusões, num documento final⁴.

Senão, vejamos, *verbis* (art. 58, § 3º, CF):

“Art. 58, § 3º, CF: 58

.....

¹ MONTESQUIEU, **O espírito das leis**, op. cit., Liv XI, Cap. VI *apud* FERREIRA FILHO, MG, **Do processo Legislativo**. Saraiva, 2002, p. 109.

² DUGUIT, Léon. **Traité de Droit Constitutionnel**, vol. IV, Le Organisation politique de la France, E. de Bocard, Successeur, 1924, pp. 390 e 391.

³ Art. 53. A Câmara dos Deputados e o senado Federal criarão Comissões de Inquérito sobre fatos determinados sempre que o requerer um terço de seus membros.

⁴ FERREIRA FILHO, MG. **Curso de Direito Constitucional**. São Paulo: Saraiva, 2005, pp. 160 e 161.



§ 3º As comissões parlamentares de inquérito, que terão poderes de investigação próprios das autoridades judiciais, além de outros previstos nos regimentos das respectivas Casas, serão criadas pela Câmara dos Deputados e pelo Senado Federal, em conjunto ou separadamente, mediante requerimento de um terço de seus membros, para a apuração de fato determinado e por prazo certo, sendo suas conclusões, se for o caso, encaminhadas ao Ministério Público, para que promova a responsabilidade civil ou criminal dos infratores.” (grifo nosso)

Neste contexto, nos termos do referidos no art. 58, § 3º, da Constituição Federal, apoiado pelo art. 21 do Regimento Comum do Congresso Nacional (Resolução nº 1, de 1970-CN e alterações), foi constituída, por proposição do Exmo. Sr. Deputado Alexandre Leite e outros, Comissão Mista Parlamentar de Inquérito - CPMI cujo fato determinado tem como fulcro e objeto “investigar ataques cibernéticos que atentam contra a democracia e o debate público; a utilização de perfis falsos para influenciar os resultados das eleições 2018; a prática de *cyberbullying* sobre os usuários mais vulneráveis da rede de computadores, bem como sobre agentes públicos; e o aliciamento e orientação de crianças para o cometimento de crimes de ódio e suicídio”.

Para direção e materialização dos feitos desta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito, designada adiante simplesmente de CPMI de *Fake News*, foram eleitos o Exmo. Sr. Senador Ângelo Coronel para presidi-la e a mim, Deputada Lídice da Mata, na condição de Relatora, para prover a discussão e apresentar as conclusões decorrente dos debates, na forma do referido artigo, atribuição constitucional delegada à qual apresento o Plano de Trabalho em comento.

Do fato determinado (objeto da CPMI):

O Requerimento nº 11, de 2019, que propôs a instalação da CPMI, deixou espelhado e delimitado, concretamente, o fato determinado exigido pelo dispositivo constitucional, qual seja: “investigar ataques



cibernéticos que atentam contra a democracia e o debate público; a utilização de perfis falsos para influenciar os resultados das eleições 2018; a prática de *cyberbullying* sobre os usuários mais vulneráveis da rede de computadores, bem como sobre agentes públicos; e o aliciamento e orientação de crianças para o cometimento de crimes de ódio e suicídio”.

Sobre este assunto, conquanto indagado sobre o escopo do Requerimento e sua magnitude material, diversa ou ampla, é cristalina a leitura do Supremo Tribunal Federal, na forma do relatório apresentado ao Mandado de Segurança (MS 36.560/DF), impetrado contra decisão do Presidente da Mesa do Congresso Nacional, Senador Davi Alcolumbre, que deferiu, em favor do rigor da Lei, a instalação da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito denominada CPMI de *Fake News*.

Alega o autor do MS, deputado Filipe Toledo, que o conteúdo do Requerimento parlamentar não apresenta um núcleo objetivo de investigação em torno do qual fatos e comportamentos possam a ele ser vinculados, mesmo que múltiplos e inicialmente indeterminados, padecendo, pois, de vícios jurídicos insanáveis.

Em resposta ao MS 36.560/DF, o Ministro-Relator, Ricardo Lewandowski, afirma que “a interpretação literal do art. 58, § 3º, da Carta Política **não corrobora a tese da limitação da investigação a um único fato determinado, nem tampouco a objetos distintos**, individualizados e delimitados temporalmente, que compartilhem correlação mínima no âmbito da investigação parlamentar”.

Aduz que “o pressuposto fundamental do ‘fato determinado’ não se reduz apenas a uma única ação ou atividade, antes, pelo contrário, deflui daí possibilidades fáticas múltiplas, desde que, repise-se, revestidas de especificidades na delimitação do objeto.”

Reputa, analisando o mérito aventado pelo MS, que “a decisão proferida pelo Presidente do Congresso Nacional atende rigorosamente a todas



exigências da Carta Constitucional, especialmente os fatos determinados e individualizados na investigação, *in verbis*:

[...] investigar os ataques cibernéticos que atentam contra a democracia e o debate público; a utilização de perfis falsos para influenciar o resultado das eleições de 2018; a prática de cyberbullying sobre os usuários mais vulneráveis da rede de computadores, bem como sobre agentes públicos; e o aliciamento e orientação de crianças para o cometimento de crimes de ódio e de suicídio.”

No tocante à situação real e fática, gravíssima, desencadeada pelos fatos apresentados pelo Requerimento da CPMI, recorda, tempestivamente, três situações retratadas no pedido:

1. estudo da Fundação Getúlio Vargas - FGV, segundo o qual “10% das interações no Twitter durante o processo eleitoral de 2014 teriam sido impulsionados pelos denominados ‘robôs virtuais’, além de outros dados capazes ‘prima facie’ de influenciar a agenda eleitoral.”;
2. de igual monta endêmico e danoso à sociedade, o “uso empresarial de softwares e outros artifícios cibernéticos que, intencionalmente, buscam a interferir na formação da vontade popular em processo eleitoral, bem como a prática de cyberbullying, envolvendo ou não o uso de robôs algorítmicos, para constranger agentes públicos e os grupos mais vulneráveis que navegam nas redes sociais, como crianças, adolescentes, mulheres, negros e homossexuais, mediante o incentivo à prática de crimes”; e
3. por fim, uma “correlação lógica destes fatos com o genuíno propósito de investigar a denominada deep web (ambiente virtual que torna extremamente difícil o rastreamento das ações nele levadas a efeito, incluindo crimes graves, como tráfico de drogas e lavagem de dinheiro)”.



Concluiu, pois, pelo deferimento da constituição da Comissão investigante, conquanto fato determinado apresentado no Requerimento de inatalação: “**suficientemente fundamentado e com substrato em fatos determinados e individualizados, atendendo, por corolário lógico, as exigências do texto constitucional.**” (grifo nosso)

Segue assim a decisão do Ministro Lewandowski, os princípios constitucionais inscritos para abertura do Inquérito 4.781-DF (Portaria GP nº 69/2019), destinado a investigar, na ambiência dos membros da Suprema Corte, crimes idênticos aos relacionados, *lato senso*, no Requerimento do Congresso Nacional para instalação da CPMI ora tratada. Senão, vejamos:

- a) notícias fraudulentas (*fake news*);
- b) falsas comunicações de crimes, denúncias caluniosas, ameaças e demais infrações revestidas de *animus caluniandi, diffamandi ou injuriandi*;
- c) vazamento de informações e documentos sigilosos; e
- d) verificação da existência de esquemas de financiamento e divulgação em massa nas redes sociais, com o intuito de lesar ou expor a perigo de lesão a ao Poder legitimado e ao Estado de Direito.

Sobre o INQ 4.781/DF sublinha o relator, Ministro Alexandre de Moraes, palavras do Ministro Celso de Mello sobre o crime central enfrentado pela CPMI e pelo INQ, prática atualmente contumaz e não combatida, que desfigura a dignidade da pessoa humana, ceifa sua privacidade e destrói a honra de cidadãos e autoridades em apenas alguns segundos: “Ninguém tem o direito de atassalhar a honra alheia, nem de proferir doestos ou de vilipendiar o patrimônio moral de quem quer que seja!”

Sobre este a Associação Nacional dos Procuradores da República - ANPR impetrou o Mandado de Segurança Coletivo nº 36.422/DF,



com pedido de liminar, e o Habeas Corpus nº 170.285/DF, ambos contra o INQ, alegando, no caso do item em relato, a ausência de delimitação e objeto amplo.

A Advocacia-Geral da União - AGU, como representante judicial e extrajudicial da União (Poderes Executivo, Legislativo e Judiciários Federais), ao responder a solicitação de oitiva do Relator destes pedidos, Ministro Edson Fachin, quando tratou da amplitude do fato determinado, corroborou, numa leitura sem hipótese constitucional outra, com o prolatado pelo Relator quando do questionamento em relação à instalação da CPMI, Ricardo Lewandowski: “Cumpram ainda destacar que a **amplitude dos fatos investigados não significa que sejam indeterminados.**” (grifo nosso)

Neste contexto, vencida a questão da instalação da Comissão, no que toca à explicitação e amplitude do fato apresentado, inquestionavelmente referendado pelo Supremo, convém à CPMI encontrar caminhos investigatórios exigíveis pela sociedade visando a protegê-la, individualmente, assim como o Estado de Direito, atacado e deslegitimado, cada dia mais fácil e sorrateiramente, por mídias digitais travestidas (cybercrime, cyberbullying etc) e escamoteadas em sobras tragicamente danosas à alma e natureza humana.

DO OBJETO DA CPMI

Nos termos do art. 58, § 3º, da Constituição Federal, “as comissões parlamentares de inquérito, que terão poderes de investigação próprios das autoridades judiciais, além de outros previstos nos regimentos das respectivas Casas, serão criadas pela Câmara dos Deputados e pelo Senado Federal, em conjunto ou separadamente, mediante requerimento de um terço de seus membros, para a apuração de fato determinado e por prazo certo, sendo suas conclusões, se for o caso, encaminhadas ao Ministério Público, para que promova a responsabilidade civil ou criminal dos infratores”.

Por sua vez, a Lei nº 1.579, de 1952, é o diploma legal infraconstitucional que trata das comissões parlamentares de inquérito. Na



forma desse dispositivo as CPIs poderão, “no exercício de suas atribuições, determinar as diligências que reputarem necessárias, e requerer a convocação de Ministros de Estado, tomar o depoimento de quaisquer autoridades federais, estaduais ou municipais, ouvir os indiciados, inquirir testemunhas sob compromisso, requisitar de repartições públicas e autárquicas informações e documentos, e transportar-se aos lugares onde se fizer mister a sua presença”.

Para realizar o mandamento constitucional e legal, e em sintonia com o Requerimento nº 11, de 2019, este plano de trabalho estrutura o objeto desta CPMI em quatro eixos, a saber:

Eixo 1: Fake News, democracia e Eleições;

Eixo 2: *Cyberbullying* e os ataques à dignidade humana;

Eixo 3: Proteção de Dados Pessoais.

ROTEIRO DE TRABALHO E ESTRATÉGIAS DE INVESTIGAÇÃO

O tema que motivou a instalação desta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito é de extremo interesse público e complexidade. Devido a abrangência que o requerimento de criação desta CPMI adotou para tratar do assunto, apresentamos, inicialmente, uma proposta ampla de trabalho, para propor nos próximos sessões um detalhamento dos subtemas e respectivos cronogramas e medidas adotadas.

Desde a volta da população às ruas, por ocasião das manifestações de junho de 2013, quando o aumento das tarifas de ônibus fez irromper uma onda de protestos por todo o Brasil, podemos assistir à transformação das redes sociais em um reconhecido espaço de expressão da democracia, uma vez terem estas assumido um protagonismo como instrumento de mobilização e de difusão de informações. No entanto, como reflexo do que acontecia nas ruas, as redes foram inundadas por velhas estratégias políticas de difamação e de manipulação de debates públicos, razão pela qual têm se tornado um verdadeiro campo de batalha.



Campanhas de ódio, assédios, exposição da intimidade alheia e até tentativa de homicídio usando a Internet como meio de aproximação são riscos enfrentados com frequência cada vez maior pelos usuários. A Internet e as redes sociais criaram um espaço infinito para a livre circulação de ideias e opiniões, fato que culminou na instalação de verdadeiros tribunais instantâneos que elevam ou enterram as reputações tanto de agentes públicos quanto de cidadãos comuns, sem a menor piedade e responsabilização.

Eixo 1: Fake News, democracia e Eleições

Fato amplamente divulgado recentemente pela imprensa brasileira dá conta de um inquérito aberto no âmbito do Supremo Tribunal Federal (STF), determinado pelo Presidente, o Ministro Dias Toffoli, no sentido de investigar notícias falsas, compartilhadas via redes sociais, que atacam a Corte e os seus respectivos membros.

De acordo com o despacho do Ministro, além de divulgação de *fake news* contra os magistrados do STF, o inquérito apurará vazamentos que tem o Supremo como alvo. *"O objeto deste inquérito é a investigação de notícias fraudulentas (fake news), falsas comunicações de crimes, denúncias caluniosas, ameaças e demais infrações revestidas de animus caluniandi, diffamandi ou injuriandi, que atingem a honorabilidade e a segurança do Supremo Tribunal Federal, de seus membros; bem como de seus familiares, quando houver relação com a dignidade dos Ministros, inclusive o vazamento de informações e documentos sigilosos, com o intuito de atribuir e/ou insinuar a prática de atos ilícitos por membros da Suprema Corte"*, informa um trecho do documento.

O portal G1, em 19 de março, veiculou fala do Ministro Alexandre de Moraes, relator do inquérito no STF, a respeito das investigações sobre os ataques cibernéticos:

"(...)

O ministro Alexandre de Moraes falou com jornalistas na chegada



para a sessão da Primeira Turma. Ele se referia a críticas de procuradores ao inquérito aberto pelo presidente do STF, Dias Toffoli.

"No Direito, a gente fala que é o Jus esperneandi', o direito de esperar. Pode esperar à vontade, pode criticar à vontade. Quem interpreta o regimento do Supremo é o Supremo. O presidente abriu, o regimento autoriza, o regimento foi recepcionado com força de lei e nós vamos prosseguir. Principalmente para a questão dessa rede de robôs, de WhatsApp, Twitter. Essa rede que alguém paga, alguém financia, por algum motivo. Aqui, na verdade, é a desestabilização de uma instituição republicana. O que vem se pretendendo é desestabilizar o Supremo Tribunal Federal, ou seja, o Poder Judiciário. Não existe democracia sem independência do Poder Judiciário. Isso vai ser investigado a fundo", afirmou o ministro Alexandre de Moraes. Alexandre de Moraes disse que o Supremo não pode tolerar ameaças e que elas devem ser apuradas para evitar atitudes extremas. "Não são essas acusações covardes por trás de um computador, de um WhatsApp, que acabam virando crime, mas são, isso é comprovado, tanto pela ciência médica quanto pela criminal, são essas acusações, esse volume, que acabam incentivando pessoas perturbadas a eventualmente falar: 'então é, é isso mesmo, ah, e aí é uma facada, é um tiro'", disse o ministro.

Ele disse também que as críticas contra o Supremo extrapolam a liberdade de expressão: "Não se pode permitir em um país democrático como Brasil, em que as instituições funcionam livremente há 30 anos, que, porque você não gosta de uma decisão, você prega o fechamento da instituição republicana, você prega a morte de ministros, morte de familiares. Isso extrapolou, como bem disse o ministro Celso de Mello, o nosso decano, isso extrapolo a liberdade de expressão. A liberdade de expressão não comporta quebra da normalidade democrática e discurso de ódio.

(...)."



Analisando os grandes exemplos de *fake news* já noticiados, é possível perceber, em todas essas situações, um alto grau de compartilhamentos e de disseminação da informação por parte dos usuários, fatos que representam ameaça letal para as instituições republicanas.

O desenvolvimento desse ambiente fértil e hostil para a disseminação opiniões viabilizou, ainda, a automatização de ferramentas de publicação, resultando no surgimento e na propagação de robôs - contas controladas por softwares que se fazem passar por seres humanos, os quais já dominam parte das redes sociais e participam ativamente das discussões em momentos políticos de grande repercussão.

Nas discussões políticas, os robôs têm sido usados por todo o espectro partidário não apenas para conquistar seguidores, mas também para conduzir ataques a opositores e forjar discussões artificiais. Manipulam debates, criam e disseminam notícias falsas - as chamadas *Fake News* -, e influenciam a opinião pública por meio da postagem e replicação de mensagens em larga escala.

Estudo feito pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas - FGV /DAPP aponta que esse tipo de conta chegou a ser responsável por mais de 10% (dez por cento) das interações no *Twitter* nas eleições presidenciais de 2014. Durante protestos pelo impeachment, essas interações provocadas por robôs representaram mais de 20% (vinte por cento) do debate entre apoiadores de Dilma Rousseff, que usavam significativamente esse tipo de mecanismo. Outro exemplo analisado mostra que quase 20% (vinte por cento) das interações no debate entre os usuários favoráveis a Aécio Neves no segundo turno das eleições de 2014 foi motivado por robôs.

A presença de perfis automatizados, ou robôs, representam um risco à lisura do debate público e do processo eleitoral. Em matéria publicada em dezembro de 2017 no sítio eletrônico da pela BBC Brasil, resta demonstrado que a estratégia de manipulação eleitoral e da opinião pública



nas redes sociais seria similar à usada por russos nas eleições americanas, e já existiria no Brasil ao menos desde 2012. Segue trecho da matéria:

"(...) A reportagem identificou também um caso recente, ativo até novembro de 2017, de suposto uso da estratégia para beneficiar uma deputada federal do Rio.

A reportagem entrevistou quatro pessoas que dizem ser ex-funcionários da empresa, reuniu vasto material com o histórico da atividade online de mais de 100 supostos fakes e identificou 13 políticos que teriam se beneficiado da atividade. Não há evidências de que os políticos soubessem que perfis falsos estavam sendo usados.

Com ajuda de especialistas, a BBC Brasil identificou como os perfis se interligavam e seus padrões típicos de comportamento. Seriam o que pesquisadores começam a identificar agora como ciborgues, uma evolução dos já conhecidos robôs ou bots, uma mistura entre pessoas reais e "máquinas" com rastros de atividade mais difíceis de serem detectados por computador devido ao comportamento mais parecido com o de humanos. Parte desses perfis já vinha sendo pesquisado pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic) da Universidade Federal do Espírito Santo, coordenado pelo pesquisador Fábio Malini.

"Os ciborgues ou personas geram cortinas de fumaça, orientando discussões para determinados temas, atacando adversários políticos e criando rumores, com clima de 'já ganhou' ou 'já perdeu' afirma ele. Exploram o chamado "comportamento de manada".

"Ou vencíamos pelo volume, já que a nossa quantidade de posts era muito maior do que o público em geral conseguia contra argumentar, ou conseguíamos estimular pessoas reais, militâncias, a comprarem nossa briga. Criávamos uma noção de maioria", diz um dos ex-funcionários entrevistados. (...)"



Ao identificarmos robôs operando para um campo, no entanto, não podemos dizer que os atores políticos e públicos ali situados sejam responsáveis diretos pelos robôs a seu favor. Diversos grupos de interesse podem estar fazendo uso desse tipo de recurso de disseminação de informações. Na verdade, lato sensu, há robôs até operando do exterior. Isso inclusive enseja a reflexão de manipulação não só interna, mas também para além dos campos políticos nacionais, sugerindo a hipótese da possibilidade de até mesmo outros atores, estranhos ao quadro nacional, operarem nas redes esses mecanismos.

Os episódios indicam uma ação acertada, típica de organizações criminosas, cujo propósito é se valer das mídias sociais e da Internet para atacar e desmoralizar as instituições republicanas.

Portanto, tal eixo terá como foco a verificação e investigação acerca da existência de esquemas de financiamento e divulgação em massa nas redes sociais, com o intuito de lesar ou expor a democracia e o Estado de Direito, bem como investigar as ações, típicas de organizações criminosas, cujo propósito é se valer da internet para atacar e desmoralizar o processo eleitoral brasileiro e as instituições republicanas.

Eixo 2: Cyberbullying e os ataques à dignidade humana;

Ainda, há um sem-número de ataques cibernéticos com conteúdo de intimidação, ofensas, hostilizações e crimes contra a honra cometidos em ambiente digital. São eles denominados *Cyberbullying*, sendo o termo, em inglês, formado da junção da palavra cyber, que significa comunicação virtual por meio de mídias digitais, com o termo *bullying*, que é o ato de intimidar ou humilhar uma pessoa.

O crescimento da ação coordenada de robôs e da prática de *cyberbullying* representa, portanto, uma ameaça real para o debate público, representando riscos à democracia ao manipular o processo de formação de consensos na esfera pública, bem como a causa de sofrimento de boa parte da



sociedade, com consequentes danos muitas vezes irreversíveis à vida pessoal e social do indivíduo.

Além do potencial danoso dessa prática para a disputa política e para o debate democrático, o *cyberbullying* representa risco real à camada mais vulnerável da sociedade (crianças, adolescentes, mulheres, negros, homossexuais, etc.) que faz uso das redes sociais. Isso porque, quando os envolvidos são jovens e crianças, as agressões podem trazer consequências irreversíveis para seu desenvolvimento e, em casos extremos, levar ao suicídio.

Em reportagem veiculada no dia 5 de maio de 2014, o site G1 relata o caso da mulher que foi morta após boatos em uma rede social, em São Paulo. Segundo a matéria, a dona de casa Fabiane Maria de Jesus, de 33 anos, morreu dois dias após ter sido espancada por dezenas de moradores de Guarujá, no litoral de São Paulo.

Segundo a família, ela foi agredida a partir de um boato gerado por uma página em uma rede social que afirmava que a dona de casa sequestrava crianças para utilizá-las em rituais de magia negra.

O porteiro Jaílson Alves das Neves, marido de Fabiane, afirmou, em entrevista ao G1, antes de saber da morte da mulher, que a esposa era inocente.

De acordo com ele, a página se confundiu ao colocar uma foto de Fabiane em seu perfil e isso motivou as agressões. "Começou com um boato na internet. Eles colocaram uma foto de uma pessoa parecida e todo mundo achou que era ela. Quando ela voltou para o bairro, a cercaram e começaram as agressões", explica. De acordo com familiares de Fabiane, após as agressões, ela sofreu traumatismo craniano e foi internada em estado crítico no Hospital Santo Amaro, também em Guarujá.

Nesse aspecto, cumpre destacar que o problema não reside, apenas, na divulgação de algumas notícias de veracidade duvidosa, mas também na forma como estas são propagadas nas redes sociais.



apontado acima, fica clara a existência, atualmente, de usuários que, além de criar conteúdos distorcidos da realidade - seja para uma determinada pessoa obter vantagem, seja para tirar a credibilidade de certa figura, são verdadeiros incitadores ao cometimento de crimes de ódio.

Existe, ainda, na Internet, um outro espaço, protegido pelo anonimato, cuja rastreabilidade é praticamente impossível, que tem servido de palco para o aliciamento de jovens e até mesmo para prática de crimes de ódio: a *deep web*. Em comunidades escondidas na *deep web* (área não rastreável da Internet), há incitação de violência e de crimes contra minorias, além do incentivo a mortes em massa e suicídio.

Portanto, tal eixo terá como foco investigar a presença de perfis automatizados e de ataques cibernéticos que atentem contra a honra das pessoas e dos diversos segmentos sociais (crianças, adolescentes, mulheres, negros, homossexuais, etc.), bem como falsas comunicações de crimes, denúncias caluniosas, ameaças e infrações revestidas de *animus caluniandi, diffamandi* ou *injuriandi*, que atingem a honorabilidade de cidadãos e autoridades.

Eixo 3: Proteção de Dados Pessoais.

Analisando os grandes exemplos de *fake news* já noticiados, é possível perceber, em todas essas situações, um alto grau de compartilhamentos e de disseminação da informação por parte dos usuários, fatos que representam ameaça letal para a dignidades das pessoas e das instituições republicanas.

Acrescido a isso conforme as diversas outras publicações nos principais sites de jornalismo do País, é possível perceber que há falhas na proteção de dados dos cidadãos e usuários. No dia 13 de maio do corrente ano, o aplicativo de mensagem instantânea WhatsApp detectou uma vulnerabilidade em seu sistema que permitiu que hackers instalassem de



maneira remota um tipo de *spyware* (software espião), para ter acesso a dados do aparelho, em alguns telefones.

Tal fato foi confirmado pelo Facebook, empresa proprietária do Whatsapp, que em comunicado oficial à imprensa⁵, pediu para os usuários baixarem a última versão do aplicativo e atualizarem o sistema operacional de seus telefones, para eliminar o defeito que permitiu ter acesso a contatos, mensagens e fotos.

Como consequência desta falha, *hackers* puderam realizar ligações através do WhatsApp para o telefone cujos dados queriam acessar e, mesmo que o destinatário não respondesse à chamada, um programa de *spyware* era instalado nos dispositivos.

O *spyware* é um software espião de computador, que tem o objetivo de observar e roubar informações pessoais do usuário que utiliza a máquina em que o programa está instalado, retransmitindo-as para uma fonte externa na internet, sem o conhecimento ou consentimento do usuário.

Segundo o professor da FGV Arthur Igreja⁶, do ponto de vista técnico, o WhatsApp teve sua pior falha de segurança. O especialista em tecnologia afirma que o WhatsApp tinha como uma de suas prioridades a segurança e a privacidade das mensagens trocadas entre os usuários. Porém, foi usado para expor todos os demais aplicativos instalados no aparelho, sendo que o vírus inserido pelos *hackers* permitia espionar a totalidade do uso do

⁵<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/05/14/whatsapp-detecta-vulnerabilidade-que-permite-o-acesso-de-hackers-a-celulares.ghtml>.

⁶ Arthur Igreja é empresário, investidor anjo e professor da FGV. Experiência profissional e acadêmica em mais de 25 países. Certificado em Negociação pela Harvard University (EUA) e Cambridge University (Inglaterra). Atualmente cursa o Doctorate in Business Administration na Universidade ESC de Rennes na França. Mestre pela Georgetown University (EUA), ESADE (Espanha) e FGV/EBAPE.



celular. Isso criou uma vulnerabilidade para aplicativos de bancos, e-mails e para outros serviços usados pelo consumidor no smartphone.⁷

Já de acordo com a agência Bloomberg, em 13.08.2019, a empresa Facebook pagou funcionários terceirizados para transcrever arquivos de áudio dos usuários do aplicativo Messenger. A agência afirmou que recebeu a informação de pessoas que foram contratadas para realizar o serviço, mas que precisavam permanecer anônimas para não perder os empregos.

A rede social, por sua vez, confirmou ao G1 que estava transcrevendo o áudio dos usuários e disse que abandonou a prática, assim como as empresas Apple e o Google, interromperam a revisão humana de áudios.⁸

De acordo com a matéria da Bloomberg, as pessoas contratadas para fazer a transcrição dos áudios não recebiam informações sobre a origem das gravações, nem sobre como foram feitas. Apesar de alguns dos trechos terem conteúdo vulgar, os funcionários não sabem para qual finalidade o Facebook usava as transcrições.

Em matéria veiculada no jornal O Globo⁹, ficou evidenciado que a plataforma não revelava aos usuários que terceiros poderiam ouvi-los, o que levou alguns trabalhadores terceirizados a considerar a tarefa antiética.

Portanto, tal eixo tem como foco investigar os esquemas de distribuição de dados pessoais em esquemas de disseminação de Fake News, assim como apurar as fontes de disparos de mensagens, empresas e financiadores da produção, disseminação e distribuição das Fake News.

⁷ Entrevista disponibilizada pelo Portal R7. Disponível em < <https://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/whatsapp-teve-sua-pior-falha-de-seguranca-diz-professor-da-fgv-14052019>> Acesso em 22 ago. 2019.

⁸ <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/08/13/facebook-usou-humanos-para-transcrever-audios-de-usuarios-diz-agencia.ghtml>

⁹ <https://oglobo.globo.com/economia/facebook-pagou-terceirizados-para-ouvir-transcrever-audios-de-usuarios-do-messenger-23874683>



REUNIÕES E AUDIÊNCIAS PÚBLICAS

O tema abordado nesta Comissão de Inquérito possui alto nível de complexidade e interesse público. Dessa forma, se buscará reunir múltiplas visões sobre o assunto, incluindo especialistas, acadêmicos, membros do governo, autoridades públicas, servidores públicos, juristas, representantes de organizações da sociedade civil organizada, representantes de empresas digitais, e outros que se mostrem necessários.

Para tanto, as atividades poderão ser realizadas das seguintes formas:

- a. Audiências públicas com especialistas e autoridades;
- b. Estudos e pareceres técnicos;
- c. Missões externas;
- d. Sessões de debates;
- e. Reuniões técnicas e administrativas;
- f. Interação com a sociedade utilizando-se de ferramentas de consulta pública.

TEMÁTICAS INICIAIS

- a) Conceituação e delimitação das Fake News e seus impactos na sociedade;
- b) *Cyberbullying* e Aliciamento e Orientação de crianças para o cometimento de crimes de ódio e suicídio;
- c) Marcos legais que regem a controle das Fake News;
- d) Consequências econômicas da produção e disseminação das Fake News que atentam contra a democracia no mundo;
- e) Consequências e da produção e disseminação das Fake News em processos eleitorais internacionais;
- f) Falsas comunicações de crime, denúncias, ameaças e demais infrações que atingem a honorabilidade do Congresso Nacional;



- g) O papel das empresas digitais e o fenômeno das Fake News;
- h) A proteção de dados no contexto das Fake News;
- i) A percepção do Poder Judiciário acerca do fenômeno das Fake News;
- j) Esquemas de financiamento, produção e disseminação de Fake News com o intuito de lesar o processo Eleitoral.

Com a determinação dos fatos busca-se otimizar os trabalhos da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito, tornando-a um espaço de efetiva realização da função fiscalizadora do Congresso Nacional.

SUBRELATORIAS

- a) *Cyberbullying* e os crimes de ódio;
- b) Proteção de Dados no contexto das Fake News.

Assim, fica evidente o papel dessa Casa no sentido de investigar essa série de atos criminosos, cometidos ou propiciados em meio virtual, com foco no aprimoramento do arcabouço legal das relações cibernéticas, indicando providências que visem a coibir atentados contra a vida e a dignidade da população brasileira, bem como a respeitar a Democracia e as suas instituições.”

CRONOGRAMA INICIAL

DATA	ETAPA
17/09	Apresentação do Plano de Trabalho e Requerimentos
24/09	Conceituar o fenômeno das Fake News na sociedade



01/10	<i>Cyberbullying</i> , as Fake News e os crimes de ódio e suicídio
08/10	Conceitos jurídicos e marcos legais sobre as Fake News
15/10	Experiências Internacionais e os impactos das Fake News na economia e sociedade
22/10	Experiências Internacionais e os impactos das Fake News em processos eleitorais
29/10	A percepção do Poder Judiciário acerca do fenômeno das Fake News
05/11	As Fake News e seus impactos no Congresso Nacional
12/11	Agências de Checagem
19/11	Fake News e o processo eleitoral
26/11	Fake News e o processo eleitoral

CD/22239.71019-00

CONCLUSÃO

As atividades previstas neste plano de trabalho visam conferir efetividade à investigação parlamentar, com respeito aos princípios constitucionais do contraditório e da ampla defesa, mas sempre em busca do esclarecimento dos fatos que resultaram nesta CPMI.

Busca-se uma CPMI técnica, que seja capaz de apurar responsabilidades e, mais que isso, de apresentar sugestões concretas para o aperfeiçoamento da legislação e das políticas públicas. Com isso, realizaremos uma das funções mais importantes do Congresso Nacional, que é a fiscalizadora.

Sala das Reuniões, em de setembro de 2019.

Deputada Lídice da Mata
(PSB/BA)

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



Este Roteiro de Trabalho foi apresentado em 17 de setembro de 2019 e aprovado em reunião realizada no dia 25 de setembro de 2019.



CD/222399.71019-00

REQUERIMENTOS APRECIADOS PELA CPMI

Nº	DATA DE APRESENTAÇÃO	EMENTA	AUTORIA	SITUAÇÃO
1 / 2019	04/09/2019	Requer a convocação do representante legal da empresa do Whatsapp no Brasil para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 10/09/2019
2 / 2019	04/09/2019	Requer a convocação do representante legal no Brasil da empresa Google para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 10/09/2019
3 / 2019	04/09/2019	Requer a convocação do representante legal no Brasil do Twitter para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 10/09/2019



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



4 / 2019	04/09/2019	Requer a convocação do representante legal no Brasil da plataforma de compartilhamento de vídeos You Tube para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 10/09/2019
5 / 2019	04/09/2019	Requer a convocação do representante legal no Brasil da rede social Instagram para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 10/09/2019
6 / 2019	04/09/2019	Requer a convocação do representante legal no Brasil da empresa Facebook para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 10/09/2019
7 / 2019	04/09/2019	Requer a convocação da Sra. Dolores Aronovich Agüero para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 10/09/2019
8 / 2019	04/09/2019	Convida o representante legal do The Intercept Brasil a prestar depoimento à CPMI. Aprovado como "convocação".	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 10/09/2019
9 / 2019	04/09/2019	Requer a convocação do representante legal no Brasil do serviço de mensagens instantâneas	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 10/09/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



[10](#) / 10/09/2019
[2019](#)

Telegram.

Requer a realização de audiência pública com os seguintes convidados: Marcelo Lacerda, Diretor de Relações Governamentais e Políticas Públicas do Google; Fernando Gallo, Gerente de Políticas Públicas do Twitter; Monica Guise, Gerente de Relações Governamentais do Facebook; Francisco Brito Cruz, Diretor do InternetLab; Thiago Tavares, Presidente da SaferNet Brasil; e Diogo Rais, advogado e professor de Direito Eleitoral na Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Sen. Eduardo Gomes

Aprovado
Data de
apreciação:
25/09/2019

[11](#) / 10/09/2019
[2019](#)

Requer que as Consultorias Legislativas da Câmara dos Deputados e do Senado Federal elaborem estudo técnico acerca da

Dep. Rui Falcão

Aprovado
Data de
apreciação:
25/09/2019



CD/22239.71019-00



* CD 22239.71019.00 *
#xEdit



legislação referente ao combate de Fake News existente no Brasil, bem como o informe a legislação e práticas inovadoras referentes ao combate das chamadas Fake News existentes em outros países, a fim de subsidiar os trabalhos desta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito.

<u>12</u> / <u>2019</u>	10/09/2019	Convite ao youtuber Felipe Neto, para prestar depoimento	Dep. Túlio Gadêlha	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
<u>13</u> / <u>2019</u>	10/09/2019	Convite à ex-deputada Manuela D'Ávila, para prestar depoimento.	Dep. Túlio Gadêlha	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
<u>14</u> / <u>2019</u>	10/09/2019	Requer junto ao Tribunal Superior Eleitoral - TSE, relatório completo do grupo de trabalho criado pela Presidência do TSE para investigar a divulgação de Fake News durante o processo eleitoral.	Dep. Rui Falcão	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
<u>15</u> /	10/09/2019	Solicita a prestação de assessoria técnico-	Dep. Lídice	Aprovado Data de



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
#xEdit



2019		legislativa durante as reuniões da CPMI.	da Mata	apreciação: 25/09/2019
17 / 2019	10/09/2019	Requer a convocação, para depoimento, do representante legal da Telefonia Nextel no Brasil.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
18 / 2019	10/09/2019	Requer a convocação, para depoimento, do representante legal da Telefonia Claro no Brasil.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
19 / 2019	10/09/2019	Requer a convocação, para depoimento, do representante legal da Telefonia Oi no Brasil.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
20 / 2019	10/09/2019	Requer a convocação, para depoimento, do representante legal da Telefonia Tim no Brasil.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
21 / 2019	10/09/2019	Requer a convocação, para depoimento, do representante legal da Telefonia Vivo no Brasil.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
22 / 2019	10/09/2019	Requer a realização de Audiência Pública para debater o fenômeno social das notícias falsas, sugerindo como convidados: Sr. Wilson	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



Gomes - UFBA Sr.
Emmanuel Publio Dias
- ESPM Sra. Mariana
de Siqueira - UFRN
Leonel Azevedo de
Aguiar - PucRio
Representante da
Agência Lupa Sr.
André Miceli - FGV

[23](#) / 10/09/2019
[2019](#)

Requer apoio técnico e jurídico para a CPMI, bem como a requisição de um delegado da Polícia Federal e um agente da Polícia Federal para auxiliarem nos trabalhos da Comissão.

Sen. Angelo Coronel

Aprovado
Data de
apreciação:
10/09/2019

[24](#) / 11/09/2019
[2019](#)

Convida a Sra. Ministra Rosa Weber, presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), para discorrer sobre a proliferação de notícias falsas em processos eleitorais.

Dep. Bacelar

Aprovado
Data de
apreciação:
25/09/2019

[25](#) / 11/09/2019
[2019](#)

Convida a Sra. Marlova Jovchelovitch Noleto, representante da Unesco no Brasil, para discorrer sobre a relação entre "fake

Dep. Bacelar

Aprovado
Data de
apreciação:
25/09/2019



CD/222399.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



<p>26 / 11/09/2019 2019</p>	<p>news" e o baixo nível de alfabetismo no Brasil.</p> <p>Convida a Sra. Ana Lima, pesquisadora do Instituto Paulo Montenegro e coordenadora da pesquisa Indicador de Alfabetismo Funcional – Inaf, para discorrer sobre a relação entre as "fake news" e o baixo nível de alfabetismo no Brasil.</p>	<p>Dep. Bacelar</p>	<p>Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019</p>
<p>27 / 11/09/2019 2019</p>	<p>Convida a Sra. Silvia Salek, diretora de redação da BBC News Brasil, para apresentar o projeto Oficina de Leitura Crítica de Notícias.</p>	<p>Dep. Bacelar</p>	<p>Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019</p>
<p>28 / 16/09/2019 2019</p>	<p>Requer a convocação do representante legal da empresa QUICKMOBILE no Brasil para prestar depoimento.</p>	<p>Dep. Luizianne Lins</p>	<p>Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019</p>
<p>29 / 16/09/2019 2019</p>	<p>Requer a convocação do representante legal da empresa Croc Services no Brasil para prestar depoimento.</p>	<p>Dep. Luizianne Lins</p>	<p>Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019</p>



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



30 / 2019	16/09/2019	Requer a convocação do representante legal da empresa Kiplix no Brasil para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
31 / 2019	16/09/2019	Requer a convocação do representante legal da empresa Deep Marketing no Brasil para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
32 / 2019	16/09/2019	Requer a convocação do representante legal da empresa SMS Market no Brasil para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
33 / 2019	16/09/2019	Requer a convocação do representante legal da empresa AM4 no Brasil para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
34 / 2019	16/09/2019	Requer a convocação do representante legal da empresa YACOWS - MARKETING DIGITAL no Brasil para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
35 / 2019	16/09/2019	Convida a Sra. Giovanna Ewbank, atriz, para debater nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
36 /	16/09/2019	Convida o Sr. Fábio Malini, Coordenador	Dep. Lídice	Aprovado Data de



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



[2019](#)

do Laboratório de da Mata **apreciação:**
Estudos sobre 25/09/2019
Imagem e
Cibercultura - LABIC -
da Universidade
Federal do Espírito
Santo (UFES) para
debater nesta CPMI.

[37](#) / 16/09/2019
[2019](#)

Convida a Sra. Flávia Dep. Lídice Aprovado
Lefèvre - da Mata **Data de**
representante da **apreciação:**
sociedade civil no 25/09/2019
Comitê Gestor da
Internet para debater
nesta CPMI.

[38](#) / 16/09/2019
[2019](#)

Convida o Sr. Dep. Lídice Aprovado
Francisco Brito Cruz, da Mata **Data de**
diretor do **apreciação:**
InternetLab, para 25/09/2019
debater nesta CPMI.

[39](#) / 16/09/2019
[2019](#)

Convida o Sr. Gilberto Dep. Lídice Aprovado
Scofield Jr, Diretor de da Mata **Data de**
Estratégia e Negócios **apreciação:**
da Agência Lupa, para 25/09/2019
debater nesta CPMI.

[40](#) / 16/09/2019
[2019](#)

Convida o Sr. Walter Dep. Lídice Aprovado
Capanema, diretor da da Mata **Data de**
Smart3 Consultoria e **apreciação:**
Treinamento e 25/09/2019
professor do Curso da
Escola de
Magistratura do
Estado do Rio de



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



41 / 2019	16/09/2019	Janeiro, para debater nesta CPMI. Convida o Sr. Edison Lanza, relator especial para liberdade de expressão da Organização dos Estados Americanos - OEA), para debater nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
42 / 2019	16/09/2019	Convida o Sr. Fabrício Benevenuto, professor associado do Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Ph.D. em Ciência da Computação pela UFMG, para debater nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
43 / 2019	16/09/2019	Convida o Sr. Claudio Renato do Canto Farag, Ex-Procurador Federal, para debater nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
44 / 2019	16/09/2019	Convida o Sr. Guido Amin Naves, General de Divisão do Comando de Comunicações e	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



Guerra Eletrônica do Exército - Comandante da Defesa Cibernética, para debater nesta CPMI.

[45](#) / 16/09/2019
[2019](#)

Convida o Sr. Daniel Bramatti, presidente da Associação Brasileira de Jornalismo

Dep. Lídice da Mata

Aprovado
Data de apreciação:
25/09/2019

Investigativo (Abraji), editor do Estadão Dados, editor do Estadão Verifica e porta-voz do Comprova, para debater nesta CPMI.

[46](#) / 16/09/2019
[2019](#)

Convida o Sr. Diogo Rais, Doutor em Direito Constitucional pela PUC-SP, para debater nesta CPMI.

Dep. Lídice da Mata

Aprovado
Data de apreciação:
25/09/2019

[47](#) / 16/09/2019
[2019](#)

Convida o Sr. Emanuel Colombié, Coordenador para América Latina dos Repórteres sem Fronteiras, para debater nesta CPMI.

Dep. Lídice da Mata

Aprovado
Data de apreciação:
25/09/2019

[48](#) / 16/09/2019
[2019](#)

Convida a Sra. Eliane Brum, colaboradora do jornal britânico

Dep. Lídice da Mata

Aprovado
Data de apreciação:
25/09/2019



49 / 2019	16/09/2019	The Guardian, para debater nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
50 / 2019	16/09/2019	Convida o Sr. Bruno Gagliasso, ator e empresário, para debater nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
51 / 2019	16/09/2019	Convida a Sra. Carolina Dieckmann, atriz e modelo, para debater nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
52 / 2019	16/09/2019	Convida o Sr. Maurício Moura, Doutor em Economia e Política do Setor Público e fundador da IDEIA Big Data, para debater nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
53 / 2019	16/09/2019	Convida a Sra. Lillian Jorge Salgado, Presidente do Comitê Técnico do Instituto Defesa Coletiva, para debater nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
54 / 2019	16/09/2019	Convida a Sra. Lina Menezes, Diretora da Faz Muito Bem 50+ Longevidade, Saúde e Cidadania, para debater nesta CMPI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
54 / 2019	16/09/2019	Convida a Sra. Madeleine de Cock Buning, Coordenadora do painel de alto nível	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



da Comissão Europeia para desinformação, para debater nesta CPMI.

<p>55 / 2019</p>	<p>16/09/2019</p>	<p>Convida a Sra. Maria Julia Coutinho, jornalista, para debater nesta CPMI.</p>	<p>Dep. Lídice da Mata</p>	<p>Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019</p>
<p>56 / 2019</p>	<p>16/09/2019</p>	<p>Convida o Sr. João Brant, pesquisador associado ao Observacom: Observatório Latinoamericano de Regulação de Meios e Convergência, para debater nesta CPMI.</p>	<p>Dep. Lídice da Mata</p>	<p>Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019</p>
<p>57 / 2019</p>	<p>16/09/2019</p>	<p>Convida a Sra. Helena Martins, representante do Telas, Laboratório de Pesquisa em Tecnologia, Políticas e Economia da Comunicação, para debater nesta CPMI.</p>	<p>Dep. Lídice da Mata</p>	<p>Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019</p>
<p>58 / 2019</p>	<p>16/09/2019</p>	<p>Convida o Sr. Diego Dorgam, Professor e pesquisador da Universidade de Brasília - UnB, para debater nesta CPMI.</p>	<p>Dep. Lídice da Mata</p>	<p>Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019</p>
<p>59 /</p>	<p>16/09/2019</p>	<p>Convida o Sr. Damian</p>	<p>Dep. Lídice</p>	<p>Aprovado</p>



[2019](#)

Collins, membro do Parlamento Britânico que coordenou investigação sobre desinformação no Brexit, para debater nesta CPMI.

da Mata

Data de apreciação:
25/09/2019

[60](#) / 16/09/2019
[2019](#)

Convida a Sra. Clair Wardle - First Draft Coalition, organização internacional de checagem de fatos, para debater nesta CPMI.

Dep. Lídice da Mata

Aprovado Data de apreciação:
25/09/2019

[61](#) / 16/09/2019
[2019](#)

Convida a Sra. Veridiana Alimonti - Coordenadora de Políticas Públicas para América Latina da Eletronic Frontier Foundation e integrante do grupo de expertos da OEA, para debater nesta CPMI.

Dep. Lídice da Mata

Aprovado Data de apreciação:
25/09/2019

[62](#) / 16/09/2019
[2019](#)

Convida a Sra. Taís Araújo, atriz e apresentadora, para debater nesta CPMI.

Dep. Lídice da Mata

Aprovado Data de apreciação:
25/09/2019

[63](#) / 16/09/2019
[2019](#)

Convida o Sr. Sergio Amadeu, doutor em Ciência Política e integrante do Comitê

Dep. Lídice da Mata

Aprovado Data de apreciação:
25/09/2019



64 / 2019	16/09/2019	Gestor da Internet no Brasil, para debater nesta CPMI.	Convida o Sr. Rafael Evangelista, representante do Labjor da Universidade de Campinas (Unicamp), para debater nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
65 / 2019	16/09/2019	Convida o Sr. Sr. Paulo Jeronimo de Sousa, Presidente da Associação Brasileira de Imprensa - ABI, para debater nesta CPMI.	Convida o Sr. Sr. Paulo Jeronimo de Sousa, Presidente da Associação Brasileira de Imprensa - ABI, para debater nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
66 / 2019	16/09/2019	Convida a Sra. Renata Mielli, representante do Centro de Estudos de Mídia Alternativa Barão de Itararé, para debater nesta CPMI.	Convida a Sra. Renata Mielli, representante do Centro de Estudos de Mídia Alternativa Barão de Itararé, para debater nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
67 / 2019	16/09/2019	Convida o Sr. Ricardo Gutiérrez, Secretário Geral da Federação Europeia de Jornalistas (EFJ), para debater nesta CPMI.	Convida o Sr. Ricardo Gutiérrez, Secretário Geral da Federação Europeia de Jornalistas (EFJ), para debater nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
68 / 2019	16/09/2019	Convida o Sr. Ronaldo Lemos - advogado, professor e	Convida o Sr. Ronaldo Lemos - advogado, professor e	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação:



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



		especialista em temas como tecnologia e mídia digital, para debater nesta CPMI.	25/09/2019
69 / 2019	16/09/2019	Convida a Sra. Dep. Lídice Marilena Lazzarini - da Mata Presidente do Conselho Direto do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, IDEC, para debater nesta CPMI.	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
70 / 2019	16/09/2019	Convida a Sra. Marina Pita - coordenadora executiva e de relações institucionais do Intervozes, para debater nesta CPMI.	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
71 / 2019	17/09/2019	Convoca o representante legal no Brasil da empresa/site TextNow, para prestar esclarecimentos sobre atuação nas eleições brasileiras de 2018.	Dep. Natália Bonavides Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
72 / 2019	17/09/2019	Convoca a senhora Rebecca Félix da Silva Ribeiro Alves, assessora da Presidência da República, na qualidade de	Dep. Natália Bonavides Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



testemunha, para prestar esclarecimentos sobre o seu trabalho de coordenação de mídia e produção de conteúdo publicitário, realizado para a campanha de Jair Bolsonaro nas eleições de 2018.

[73](#) / 17/09/2019
[2019](#)

Convoca o Dep. Natália Bonavides Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019 representante legal da empresa Yacows no Brasil, para prestar esclarecimentos sobre a atuação da empresa de estratégia digital nas eleições de 2018.

[74](#) / 17/09/2019
[2019](#)

Convoca o Dep. Natália Bonavides Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019 representante legal da empresa SMS Market no Brasil, nos termos do contrato social, para prestar esclarecimentos sobre a atuação da empresa de estratégia digital nas eleições de 2018.

[75](#) / 17/09/2019
[2019](#)

Convoca o Dep. Natália Bonavides Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019 representante legal da empresa Quickmobile no Brasil, nos termos do contrato social,



CD/222399.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



para prestar esclarecimentos sobre a atuação da empresa de estratégia digital nas eleições de 2018.

[76](#) / 17/09/2019
[2019](#)

Convoca o representante legal no Brasil da empresa Enviawhatsapp, nos termos do contrato social, para prestar esclarecimentos sobre a atuação da empresa nas eleições brasileiras de 2018.

Dep. Natália Bonavides

Aprovado
Data de
apreciação:
25/09/2019

[77](#) / 17/09/2019
[2019](#)

Convoca o representante legal da empresa Croc Service no Brasil, nos termos do contrato social, para prestar esclarecimentos sobre a atuação da empresa de estratégia digital nas eleições de 2018.

Dep. Natália Bonavides

Aprovado
Data de
apreciação:
25/09/2019

[78](#) / 17/09/2019
[2019](#)

Convoca o representante legal da empresa CA Ponte, André Luiz Almeida Torretta, para prestar esclarecimentos sobre a atuação da empresa nas eleições

Dep. Natália Bonavides

Aprovado
Data de
apreciação:
25/09/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
#xEdit



[79](#) / 17/09/2019
[2019](#)

brasileiras de 2018.

Convoca o Dep. Natália Bonavides representante legal da empresa AM4 Brasil Inteligência Digital, para prestar esclarecimentos sobre a atuação da empresa de estratégia digital nas eleições de 2018.

Aprovado
Data de
apreciação:
25/09/2019

[80](#) / 17/09/2019
[2019](#)

Convida o Sr. Andrew Korybko, autor do livro “Guerras Híbridas: das revoluções coloridas aos golpes”, jornalista, conselheiro do Instituto de Estudos e Previsão Estratégicos e especialista em geopolítica para debater os usos de fake news para desestabilização de governos, e seus impactos na democracia e no debate público brasileiro.

Dep. Natália Bonavides
Aprovado
Data de
apreciação:
25/09/2019

[81](#) / 17/09/2019
[2019](#)

Convida a Ministra Damares Alves a comparecer à Dep. Elmar Nascimento

Aprovado
Data de
apreciação:
25/09/2019



		Comissão.			
82 / 2019	17/09/2019	Convite à Sra. Raquel Dodge para contribuir com os trabalhos da CPMI por meio da explanação da atuação do MP no combate às fake news.	Dep. Leonardo	Dr.	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
83 / 2019	17/09/2019	Convite a representante da Assespro Nacional.	Dep. Leonardo	Dr.	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
84 / 2019	17/09/2019	Convite ao Diretor-Geral da Polícia Federal, para falar sobre o papel da instituição nas investigações de crimes virtuais.	Dep. Leonardo	Dr.	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
85 / 2019	17/09/2019	Convite à jornalista Patrícia Campos Mello, para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins		Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
86 / 2019	17/09/2019	Convite ao jornalista Rubens Valente, para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins		Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
87 / 2019	17/09/2019	Convida a Sra. Paula Lavigne, atriz, produtora e empresária, para debater nesta CPMI.	Sen. Humberto Costa		Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



88 / 2019	17/09/2019	Convida o Sr. Caetano Veloso, músico, produtor, arranjador e escritor, para debater nesta CPMI.	Sen. Humberto Costa	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
89 / 2019	18/09/2019	Requer documentos junto ao FACEBOOK SERVIÇOS ONLINE DO BRASIL LTDA.	Dep. Rui Falcão	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
90 / 2019	18/09/2019	Requer que seja convidado o Sr. Miguel de Andrade Freitas, coordenador do laboratório de Pesquisa em Tecnologia de Inspeção da Pontifícia Universidade Católica do RJ, para prestar depoimento.	Dep. Rui Falcão	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
91 / 2019	18/09/2019	Convida a Sra. Taís Seibt, Jornalista e Professora da Unisinos, para debater nesta CPMI.	Sen. Humberto Costa	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
92 / 2019	18/09/2019	Requer a transferência de sigilo e o compartilhamento do inquérito civil público instaurado pela portaria n. 02/2018, do Ministério Público do Distrito Federal e	Dep. Natália Bonavides	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



Territórios (MPDFT), que apura a atuação da empresa Cambridge Analytica no Brasil, em parceria com A Ponte Estratégia Planejamento e Pesquisa LTDA.

[93](#) / 18/09/2019
[2019](#)

Requer a transferência de sigilo e o compartilhamento do inquérito policial federal cuja abertura foi solicitada pela Procuradora-Geral Federal Raquel Dodge, através do ofício nº. 934/2018/GAB/PGR, para apurar o cometimento de atos ilícitos relacionados ao uso de ferramentas digitais na campanha das eleições de 2018.

Dep. Natália Bonavides
Aprovado
Data de apreciação:
25/09/2019

[94](#) / 18/09/2019
[2019](#)

Requer a transferência de sigilo e o compartilhamento do inquérito nº 4781, em tramitação no Supremo Tribunal Federal, Relator Ministro Alexandre de

Dep. Natália Bonavides
Aprovado
Data de apreciação:
25/09/2019



CD/22239.71019-00



		Moraes, para a presente CPMI.		
95 / 2019	20/09/2019	Requer seja convidado o Sr. Pedro Mourão para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
96 / 2019	20/09/2019	Requer seja convidado o Deputado Federal Alexandre Frota, para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
97 / 2019	20/09/2019	Requer seja convidado o Sr. Cláudio Prato, para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 25/09/2019
98 / 2019	24/09/2019	Requer a convocação de Tercio Arnaud Tomaz, José Matheus Salles Gomes, Mateus Matos Diniz e Allan dos Santos, para prestar depoimento perante a comissão.	Dep. Rui Falcão	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
99 / 2019	24/09/2019	Convida o responsável pela agência de fact-checking AGÊNCIA LUPA.	Dep. Dr. Leonardo	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
100 / 2019	24/09/2019	Convida o responsável pelo portal AOS FATOS.	Dep. Dr. Leonardo	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
101 /	24/09/2019	Convida o	Dep. Dr.	Aprovado



2019		responsável pelo portal BOATOS.ORG.	Leonardo	Data de apreciação: 23/10/2019
102 / 2019	24/09/2019	Convida o responsável pelo portal de jornalismo colaborativo contra a desinformação COMPROVA.	Dep. Dr. Leonardo	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
103 / 2019	24/09/2019	Convida o responsável pelo portal E-FARÇAS.ORG.	Dep. Dr. Leonardo	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
104 / 2019	24/09/2019	Convidado o jornalista responsável pelo serviço de checagem de fatos e desmonte de boatos do "Estadão Verifica".	Dep. Dr. Leonardo	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
105 / 2019	24/09/2019	Convida o jornalista responsável pelo serviço de checagem de conteúdos suspeitos FATO OU FAKE do Portal G1.	Dep. Dr. Leonardo	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
106 / 2019	24/09/2019	Requer convite à Sra. Bruna Martins dos Santos Martins, analista de advocacy e políticas públicas na Coding Rights.	Dep. Natália Bonavides	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
107 / 2019	24/09/2019	Requer seja solicitado ao Ministro do Supremo Tribunal	Dep. Ricardo	Aprovado Data de apreciação:



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



		Federal Alexandre de Moraes, o compartilhamento dos dados do Inquérito 4.781.	Barros	25/09/2019
108 / 2019	25/09/2019	Convite ao Sr. Marco Aurélio Rudieger, diretor de Análise de Políticas Públicas da FGV, para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
140 / 2019	25/09/2019	Requer, nos termos do art. 40 do Regimento Comum do Congresso Nacional, o adiamento da votação por 48 horas do Req. 14/2019.	Dep. Filipe Barros	Rejeitado Data de apreciação: 25/09/2019
148 / 2019	25/09/2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 42/2019.	Dep. Caroline de Toni	Rejeitado Data de apreciação: 25/09/2019
153 / 2019	25/09/2019	Requer seja determinado compartilhamento da cópia integral da Ação de Investigação	Dep. Natália Bonavides	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



Judicial Eleitoral (AIJE)
nº. 0601771-
28.2018.6.00.0000,
Relator Ministro Jorge
Mussi, em curso no
Tribunal Superior
Eleitoral (TSE).

[154](#) / 25/09/2019
[2019](#)

Requer seja Dep. Natália
determinada a Bonavides
transferência de sigilo
e o compartilhamento
das atas e demais
documentos
elaborados pelo
Conselho Consultivo
sobre Internet e
Eleições, do Tribunal
Superior Eleitoral
(TSE).

Aprovado
Data de
apreciação:
23/10/2019

[155](#) / 27/09/2019
[2019](#)

Convite a Dep.
representante da Luizianne
Federação Nacional Lins
dos Jornalistas - FENAJ

Aprovado
Data de
apreciação:
23/10/2019

[156](#) / 30/09/2019
[2019](#)

Audiência Pública Sen.
CPMI FAKE NEWS com Alessandro
os seguintes Vieira
convidados: -
Delegado Emerson
Wendt -Sr. Ronaldo
Lemos -Sr. Pablo
Cerdeira -Sr. Ivo
Correia

Aprovado
Data de
apreciação:
23/10/2019

[157](#) / 30/09/2019

Convocação do Sen. Rogério

Aprovado
Data de



2019		Senhor Eduardo Carvalho Mufarej, Fundador do Renova BR, para prestar depoimento.	apreciação: 23/10/2019
158 / 2019	30/09/2019	Convite ao Dr. Antônio Dráuzio Varella para prestar depoimento.	Dep. Rui Falcão Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
159 / 2019	30/09/2019	Requer seja convidado para prestar depoimento nesta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito o representante do Centro de Valorização da Vida (CVV).	Dep. Caroline de Toni Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
160 / 2019	30/09/2019	Requer seja convidado para prestar depoimento nesta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito o representante da Federação Nacional dos Policiais Federais (Fenapef).	Dep. Caroline de Toni Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
161 / 2019	30/09/2019	Requer seja convidado para prestar depoimento nesta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito o	Dep. Caroline de Toni Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
#xEdit



162 / 2019	30/09/2019	representante da Safernet Brasil.	Requer seja convocado para prestar depoimento nesta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito a Sra. Gleisi Hoffman, Deputada Federal.	Dep. Caroline Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
167 / 2019	30/09/2019	Convocação da Sra. Soraya Soares da Nóbrega Escorel, Promotora de Justiça da Criança e Adolescente - João Pessoa/PB.	Convocação da Sra. Soraya Soares da Nóbrega Escorel, Promotora de Justiça da Criança e Adolescente - João Pessoa/PB.	Dep. Caroline Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
168 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Sérgio Augusto de Queiroz, Secretário Nacional de Proteção Global, do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos.	Convocação do Sr. Sérgio Augusto de Queiroz, Secretário Nacional de Proteção Global, do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos.	Dep. Caroline Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
169 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Alessandro Barreto, Delegado de Polícia Civil.	Convocação do Sr. Alessandro Barreto, Delegado de Polícia Civil.	Dep. Caroline Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
170 / 2019	30/09/2019	Convite à representante do Conselho Federal de Psicologia para	Convite à representante do Conselho Federal de Psicologia para	Dep. Caroline Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



171 / 2019	30/09/2019	colaborar com os trabalhos desta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito.	Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
172 / 2019	30/09/2019	Convite à Associação Brasileira de Estudos e Prevenção do Suicídio (Abeps) para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
178 / 2019	30/09/2019	Convite dos representantes no Brasil da Organização Mundial da Saúde, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
180 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Marcos Petrucelli, ex-jornalista da CBN, para prestar depoimento. Alterado para convite durante a 6ª reunião.	Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
181 / 2019	30/09/2019	Requer a convocação do Sr. Josias Teófilo, cineasta brasileiro, para prestar depoimento. Alterado para convite durante a 6ª reunião.	Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
181 / 2019	30/09/2019	Requer à Polícia Legislativa que preste informações a essa CPMI identificando	Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 05/02/2020



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



182 / 2019	30/09/2019	Convoca o representante da Revista Fórum para prestar depoimento. Alterado para convite durante a 6ª reunião.	Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
184 / 2019	30/09/2019	Requer informações ao Ministério Público Federal sobre o caso do dinheiro da Lava Jato utilizado para influência digital.	Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 05/02/2020
186 / 2019	30/09/2019	Convocação do representante da Brasil 247 para prestar depoimento. Alterado para convite durante a 6ª reunião.	Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
187 / 2019	30/09/2019	Convocação do representante da Brasil de Fato para prestar depoimento. Alterado para convite durante a 6ª reunião.	Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
189 / 2019	30/09/2019	Convocação do representante da Carta Maior para prestar depoimento. Alterado para convite	Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



191 / 2019	30/09/2019	durante a 6ª reunião. Convocação do representante do Diário do Centro do Mundo, para prestar depoimento. Alterado para convite durante a 6ª reunião.	do Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
193 / 2019	30/09/2019	Requisição ao Twitter e Facebook para que identifiquem as pessoas envolvidas no “mensalinho do Twitter”.	Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 05/02/2020
202 / 2019	30/09/2019	Convocação do representante da Opera Mundi para prestar depoimento. Alterado para convite durante a 6ª reunião.	do Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
204 / 2019	30/09/2019	Requisição de informações ao Ministério Público Federal e ao Tribunal Superior de Eleitoral sobre o “mensalinho do Twiter”	de Dep. Caroline de Toni	Aprovado Data de apreciação: 05/02/2020
206 / 2019	01/10/2019	Requer da empresa WhatsApp os metadados não criptografados de todas as contas banidas do aplicativo	Dep. Natália Bonavides	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



por suspeita de disseminação de fake news e discurso de ódio no período de 15 de Agosto de 2018 a 28 de Outubro de 2018.

207 / 2019	02/10/2019	Convoca o Sr. Luciano Hang para prestar depoimento.	Dep. Rui Falcão	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
208 / 2019	03/10/2019	Solicita compartilhamento do Inquérito Civil nº 1.18.000.002758/2017-49, aberto pelo Ministério Público Federal em Goiás.	Dep. Natália Bonavides	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
209 / 2019	03/10/2019	Convoca o Sr. LEANDRO NUNES SILVA, para prestar esclarecimentos sobre a atuação da empresa da qual é sócio, Quick Mobile, nas eleições de 2018.	Dep. Natália Bonavides	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
210 / 2019	03/10/2019	Convoca a Sra. JUSSARA PEREIRA CUNHA, para prestar esclarecimentos sobre a atuação da empresa da qual é ex-funcionária, Quick Mobile, nas eleições	Dep. Natália Bonavides	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019



CD/22239.71019-00



eXEdit
* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



211 / 2019	04/10/2019	Realização de Audiência Pública com representante do SINDITELEBRASIL - Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviço Móvel Celular e Pessoal	de Sen. Alessandro Vieira	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
212 / 2019	09/10/2019	Convoca representante legal do jornal brasileiro Correio Braziliense no Brasil, para prestar depoimento.	Dep. Celso Russomanno	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
214 / 2019	10/10/2019	Convoca o sr. Hans River do Rio Nascimento para depor nesta CPMI.	Dep. Rui Falcão	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
215 / 2019	10/10/2019	Convocação do engenheiro boliviano Nicolás Hinojosa, para prestar esclarecimentos sobre a utilização do seu software de envio de mensagens em massa pelo Whatsapp nas eleições de 2018.	Dep. Natália Bonavides	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
216 / 2019	10/10/2019	Convocação do Sr. Mário Gazin, empresário, para	Dep. Natália Bonavides	Aprovado Data de apreciação:



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



		prestar esclarecimento a esta CPMI.		23/10/2019
217 / 2019	10/10/2019	Convocação do Sr. Luciano Hang, empresário e dono da empresa Havan, para prestar esclarecimentos sobre a compra de pacotes de disparo em massa de mensagens no aplicativo whatsapp na campanha das eleições de 2018.	Dep. Natália Bonavides	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
218 / 2019	10/10/2019	Convocação do Sr. Paulo Marinho, empresário carioca e suplente do senador Flávio Bolsonaro (PSL/RJ), para prestar esclarecimentos a esta CPMI.	Dep. Natália Bonavides	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
219 / 2019	10/10/2019	Convida a sra. Senadora Elizabeth Warren para depor nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
220 / 2019	10/10/2019	Convida o Sr. Carlos Afonso Caldeira Filho, Sócio-diretor da Mentis Consultoria e da KC&D, para prestar depoimento.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



221 / 2019	10/10/2019	Convida o Sr. Dr. Coriolano Aurélio de Almeida Camargo Santos para depor nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
222 / 2019	10/10/2019	Convida o Sr. Luís Nassif, Jornalista, diretor do GGN, para prestar depoimento.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
223 / 2019	10/10/2019	Convida a Sra. Neide Cardoso de Oliveira para depor nesta CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
224 / 2019	14/10/2019	Requer compartilhamento de cópia integral da Ação de Investigação Judicial Eleitoral (AIJE) nº 0601779-05.2018.6.00.0000, em curso no Tribunal Superior Eleitoral (TSE).	Dep. Rui Falcão	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
225 / 2019	14/10/2019	Requer a convocação dos Srs. Marcos Aurélio Carvalho, Magno Carvalho e Alexandre José Martins, sócios da empresa Am4 Brasil Inteligência Digital LTDA, para deporem nesta comissão.	Dep. Rui Falcão	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



226 / 2019	14/10/2019	Requer a convocação da Sra. Taíse de Almeida Feijó, para prestar depoimento nesta comissão.	Dep. Falcão	Rui	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
227 / 2019	14/10/2019	Requer a convocação do Sr. Filipe G. Martins para depor nesta comissão.	Dep. Falcão	Rui	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
228 / 2019	14/10/2019	Requer documentos junto ao Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região.	Dep. Falcão	Rui	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
229 / 2019	14/10/2019	Requer a convocação do Sr. Otávio Oscar Fakhoury para depor nesta comissão.	Dep. Falcão	Rui	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
230 / 2019	14/10/2019	Convoca o senhor Paulo Enéas para prestar depoimento perante esta Comissão.	Dep. Falcão	Rui	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
231 / 2019	14/10/2019	Convoca o Sr. Bernardo Pires Kuster, para prestar depoimento perante esta Comissão.	Dep. Falcão	Rui	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
232 / 2019	14/10/2019	Convoca o Sr. Fábio Wajngarten, para prestar depoimento perante esta Comissão.	Dep. Falcão	Rui	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019



CD/22239.71019-00



* CD 22239.71019.00 *
#xEdit



233 / 2019	15/10/2019	Convite ao Sr. Felipe Moura Brasil, diretor do jornalismo da Jovem Pan e colunista da Crosué.	Dep. Marcelo Ramos	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
234 / 2019	15/10/2019	Requer a convocação da Sra. Flávia Alves e do Sr. Lindolfo Antônio Alves Neto, para prestar depoimento nesta comissão.	Dep. Rui Falcão	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
235 / 2019	15/10/2019	Requer a convocação do Sr. Peterson Rosa Querino para prestar depoimento nesta comissão.	Dep. Luizianne Lins	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
236 / 2019	17/10/2019	Requer o convite do General Carlos Alberto dos Santos Cruz para depor nesta comissão.	Dep. Marcelo Ramos	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
239 / 2019	21/10/2019	Convida o Deputado Delegado Waldir para depor nesta Comissão.	Sen. Rogério Carvalho	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
240 / 2019	21/10/2019	Convida a Deputada Joice Hasselmann para depor nesta Comissão.	Sen. Rogério Carvalho	Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
241 / 2019	22/10/2019	Requer que seja convidado o General de Divisão da reserva	Sen. Rogério Carvalho	Aprovado Data de apreciação:



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



Carlos Alberto dos Santos Cruz para prestar depoimento. 23/10/2019

[245](#) / 23/10/2019
[2019](#)

Requer que os Dep. Rui Falcão Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
requerimentos de Falcão
convocação referentes aos itens da pauta 31, 37, 39, 41, 45, 46, 48, 50, 51 e 61 sejam transformados em convite. Aprovados, com exceção do item 51, conforme decisão da comissão.

[246](#) / 23/10/2019
[2019](#)

Requer a votação em Dep. Rui Falcão Aprovado Data de apreciação: 23/10/2019
globo dos itens da pauta 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 37, 39, 41, 45, 46, 48, 50, 61, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95 e 96.

[248](#) / 23/10/2019
[2019](#)

Requer a votação em Dep. Caroline de Toni Rejeitado Data de apreciação: 23/10/2019
globo de todos os requerimentos constantes na pauta



[275](#) / 12/11/2019
[2019](#)

da presente reunião.

Requer seja feita Dep. Alexandre Frota notificação ao Twitter para esclarecer a quem pertence duas contas na rede social.

Aprovado
Data de apreciação:
05/02/2020

[290](#) / 05/12/2019
[2019](#)

Requer obter, junto Dep. Túlio Gadêlha ao Poder Judiciário, o acesso ao conteúdo das trocas de mensagens no grupo intitulado "Gabinete do Ódio", mantido no Instagram, conforme informações apresentadas pela Deputada Joice Hasselmann em seu depoimento.

Aprovado
Data de apreciação:
05/02/2020

[291](#) / 05/12/2019
[2019](#)

Requer o Dep. Alexandre Frota encaminhamento ao TWITTER para que apresente as informações abaixo indicadas dos perfis colacionados.

Aprovado
Data de apreciação:
05/02/2020

[292](#) / 05/12/2019
[2019](#)

Requer o Dep. Alexandre Frota encaminhamento ao FACEBOOK e ao TWITTER para que apresente as informações abaixo indicadas dos perfis

Aprovado
Data de apreciação:
05/02/2020



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
#xEdit



[293](#) / 05/12/2019
[2019](#)

colacionados.

Requer o Dep. encaminhamento ao Alexandre FACEBOOK para que Frota apresente as informações abaixo indicadas dos perfis colacionados.

Aprovado
Data de
apreciação:
05/02/2020

[294](#) / 05/12/2019
[2019](#)

Requer o Dep. encaminhamento ao Alexandre TWITTER e ao Frota FACEBOOK para que apresente as informações abaixo indicadas dos perfis colacionados.

Aprovado
Data de
apreciação:
05/02/2020

[295](#) / 05/12/2019
[2019](#)

Requer o Dep. encaminhamento ao Alexandre WHATSAPP (Facebook) Frota para que apresente as informações abaixo indicadas sobre as contas (números de telefone) e Grupos de Conversa.

Aprovado
Data de
apreciação:
05/02/2020

[296](#) / 05/12/2019
[2019](#)

Requer o Dep. encaminhamento ao Alexandre WHATSAPP (Facebook) Frota para que apresente as informações abaixo indicadas sobre as contas (números de telefone) e Grupos de

Aprovado
Data de
apreciação:
05/02/2020



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



[297](#) / 05/12/2019
[2019](#)

Conversa.

Requer o Dep. Alexandre Frota encaminhamento ao TWITTER e ao FACEBOOK para que apresente as informações abaixo indicadas dos perfis colacionados.

Aprovado
Data de
apreciação:
05/02/2020

REQUERIMENTO COM EFEITOS SUSPENSOS EM RAZÃO DA MEDIDA CAUTELAR EM MANDADO DE SEGURANÇA Nº 36932.

[299](#) / 05/12/2019
[2019](#)

Solicita sejam Dep. Rui Falcão requisitados junto à Deputada Federal Joice Hasselmann os Endereços de IP de computadores relacionados à milícia virtual e à disseminação de “fake news”, conforme apurados e identificados pela Deputada.

Aprovado
Data de
apreciação:
05/02/2020

[300](#) / 10/12/2019
[2019](#)

Requer que a rede social Twitter seja notificada para que esclareça a quem pertence as seguintes

Aprovado
Data de
apreciação:
05/02/2020



contas: "Deja El Loen Te Lechar" @Leitadas_Loen, "Left Dex" @Lets_Dex e Brasileirinhos @_brasileirinhos.

[304](#) / 12/12/2019
[2019](#)

Requer esclarecimentos ao Chefe do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República, Augusto Heleno Ribeiro Pereira. Dep. Rui Falcão Aprovado Data de apreciação: 05/02/2020

[307](#) / 17/12/2019
[2019](#)

Requer seja convocada para depor nesta CPMI na condição de testemunha a senhora Mayara Cristina Modesti, dona da empresa Tudo Saudável. Sen. Angelo Coronel Aprovado Data de apreciação: 05/02/2020

[308](#) / 17/12/2019
[2019](#)

Requer seja convocado para depor nesta CPMI na condição de testemunha o senhor Jaime Bruning. Sen. Angelo Coronel Aprovado Data de apreciação: 05/02/2020

[310](#) / 17/12/2019
[2019](#)

Requer seja convidado para debater nesta CPMI o Sen. Angelo Coronel Aprovado Data de apreciação: 05/02/2020



senhor Leonardo Euler de Moraes, presidente do Conselho Diretor da Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL.

[311](#) / 17/12/2019
[2019](#)

Requer seja convidado representante da Sociedade Brasileira de Imunizações (SBIIm) para debater nesta CPMI os efeitos das Fake News sobre a saúde pública e sobre a confiança nas vacinas.

Sen. Angelo Coronel

Aprovado
Data de apreciação:
05/02/2020

[312](#) / 17/12/2019
[2019](#)

Requer sejam convidados o GOOGLE BRASIL e FACEBOOK BRASIL para que enviem a esta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito informações de registro, acesso, postagens e demais dados pertinentes aos seguintes canais criados no YouTube Brasil, páginas no Facebook e dos sites listados.

Sen. Angelo Coronel

Aprovado
Data de apreciação:
05/02/2020



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



O conjunto de audiências e oitivas produzido por meio da aprovação dos requerimentos pelo colegiado da CPMI constituiu um rico panorama de investigação. Caso fosse possível conduzir todas as reuniões planejadas, esta CPMI por certo teria sido capaz de elaborar um vasto diagnóstico acerca da disseminação de fake news e da prática de cyberbullying no País. Contudo, dada a exiguidade do tempo e em face do encerramento precoce dos trabalhos da Comissão, algumas das diligências e audiências requeridas e aprovadas não puderam ser realizadas. Ainda assim, o conjunto de informações colhidas ao longo dos trabalhos foi deveras amplo, possibilitando a este colegiado não apenas definir com mais precisão os fenômenos de fake news e cyberbullying que vêm ocorrendo no Brasil, como chegar a descobertas valiosas ao longo do seu trabalho de investigação. Além disso, o conjunto de conhecimento acumulado ao longo deste processo permite à CPMI elaborar um conjunto de sugestões e proposições que, em nosso entendimento, podem ser bastante efetivos para a mitigação destes dos problemas que assolam o País.

REQUERIMENTOS NÃO APRECIADOS PELA CPMI

Nº	DATA DE APRESENTAÇÃO	EMENTA	AUTORIA	SITUAÇÃO
163 / 2019	09/2019	Convocação do Sr. Luiz Marinho, ex-prefeito de São Bernardo do Campo (2009-2016).	Dep. Caroline de Toni	Não apreciado
164 / 2019	30/09/2019	Convocação da Sra. Joyce Moreira Falete Mota, dona da agência Lajoy.	Dep. Caroline de Toni	Não apreciado



165 / 2019	30/09/2019	Convocação da Sra. Helena Chagas, ex-secretária da SECOM.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 287 / 2019 - Convocação 		
166 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Miguel Corrêa, dono do aplicativo Follow.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
173 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Jefferson Monteiro, dono de perfil digital, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
174 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Antônio Palocci, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 272 / 2019 - Convocação 		
175 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Agnelo Queiroz, ex-governador do Distrito Federal, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
176 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Gabriel Monteiro, policial militar, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
177 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Marcelo Odebrecht, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



179 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Laercio Portela, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não apreciado
183 / 2019	30/09/2019	Convoca o Sr. João Santana para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não apreciado
185 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Luiz Tadeu Rigo, ex. secretário da SECOM, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não apreciado
188 / 2019	30/09/2019	Convocação da Sra. Brunna Rosa para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não apreciado
190 / 2019	30/09/2019	Convocação da Sra. Dilma Rousseff, ex-Presidente da República, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não apreciado
192 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Edinho Silva, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não apreciado

Requerimentos correlatos: ● [287 / 2019 - Convocação](#)

194 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Wellington Dias, Governador do Estado do Piauí, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não apreciado
----------------------------	------------	--	-----------------------	---------------

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *

 ExEdit



195 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Franklin Martins, ex-secretário da SECOM, para prestar depoimento	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 281 / 2019 - Convocação ● 287 / 2019 - Convocação 		
196 / 2019	30/09/2019	Convocação da Sra. Mônica Moura, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
197 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Paulo Jardim, delegado de polícia, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
198 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Marcio Freitas, ex-secretário da SECOM, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
199 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Thomas Traumann, ex. secretário da SECOM, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 287 / 2019 - Convocação 		
200 / 2019	30/09/2019	Convocação da Secretaria Especial de Comunicação Social – SECOM, para apresentar os valores repassados aos blogs para propaganda digital no governo Lula e Dilma.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



201 / 2019	30/09/2019	Convocação do Sr. Rodrigo Queles Teixeira Cardoso, dono da empresa Beconnected Tecnologia Ltda, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
203 / 2019	30/09/2019	Convocação dos representantes da Agência Sarkis, para prestar depoimento.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
205 / 2019	30/09/2019	Convocação da Sra. Paula Holanda.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
242 / 2019	22/10/2019	Convocação do Sr. Carlos Bolsonaro para depor nesta comissão.	Sen. Randolfe Rodrigues	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 459 / 2020 - Convocação 		
243 / 2019	22/10/2019	Convocação do Sr. Gustavo Bebianno para depor nesta comissão.	Sen. Randolfe Rodrigues	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 288 / 2019 - Convocação 		
244 / 2019	22/10/2019	Convocação da Sra. Joice Hasselman para depor nesta comissão.	Sen. Randolfe Rodrigues	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



251 / 2019	24/10/2019	Requer que seja convidado o Sr. Taiguara Fernandes de Sousa, advogado e jornalista.	Dep. Filipe Barros	Não aprecia do
252 / 2019	29/10/2019	Requer convocação do Sr. Carlos Augusto de Moraes Afonso, que utiliza o pseudônimo de Luciano Ayan.	Dep. Lídice da Mata	Não aprecia do
253 / 2019	29/10/2019	Requer a realização de Audiência Pública para discutir o papel das criptomoedas como forma de financiamento das atividades de divulgação de Fake News.	Dep. Aureo Ribeiro	Não aprecia do
254 / 2019	30/10/2019	Convocação do Sr. Oscar Aníbal Chiápanno, Juiz Arbitral Corregedor Internacional.	Dep. Celso Russomanno	Não aprecia do
255 / 2019	30/10/2019	Convocação de Daniela Pinheiro, Plínio Fraga, Marcelo Coppola e João Paulo Saconi.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
256 / 2019	30/10/2019	Convoca Germano Oliveira.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
258 / 2019	30/10/2019	Requer seja convocado o senhor Ben Supple.	Dep. Paulo Ramos	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



259 / 2019	30/10/2019	Requer convocação do senhor Olavo de Carvalho.	Dep. Paulo Ramos	Não aprecia do
260 / 2019	30/10/2019	Requer convocação do General Luiz Eduardo Ramos.	Dep. Paulo Ramos	Não aprecia do
Requerimentos correlatos: ● 462 / 2020 - Convocação				
261 / 2019	30/10/2019	Requer a convocação do General Otávio Rego Ramos.	Dep. Paulo Ramos	Não aprecia do
264 / 2019	04/11/2019	Requer as convocações da Sr ^a . Letícia Catelani, Sr. Victor Sarfatis Metta, Sr. Otávio Oscar Fakhoury e Sr. Meyer Nigri.	Sen. Randolfe Rodrigues	Não aprecia do
265 / 2019	04/11/2019	Requer que seja convidada a Procuradora da República Sr ^a . Fernanda Teixeira Souza Domingos.	Sen. Randolfe Rodrigues	Não aprecia do
266 / 2019	04/11/2019	Requer a convocação do Deputado Federal Sr. Marco Feliciano.	Sen. Randolfe Rodrigues	Não aprecia do
270 / 2019	05/11/2019	Convoca o General Augusto Heleno Ribeiro Pereira para depor nesta Comissão.	Dep. Paulo Ramos	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



Requerimentos correlatos: ● [445 / 2020](#) - Convocação

271 / 2019	05/11/2019	Convoca o sr. Randolfe Rodrigues para prestar depoimento nesta Comissão.	Dep. Filipe Barros	Não apreciado
272 / 2019	07/11/2019	Convocação para prestar depoimento nesta Comissão Parlamentar Mista o senhor Antonio Palocci Filho.	Dep. Eduardo Bolsonaro	Não apreciado

Requerimentos correlatos: ● [174 / 2019](#) - Convocação

273 / 2019	07/11/2019	Convocação do Sr. Armando Schneider da Silva, para prestar depoimento nesta comissão.	Dep. Alexandre Frota	Não apreciado
274 / 2019	12/11/2019	Convoca o sr. Romeu Tuma Jr. para depor nesta Comissão.	Dep. Caroline de Toni	Não apreciado
276 / 2019	19/11/2019	Convoca a jornalista Mônica Bergamo, para prestar depoimento nesta comissão.	Dep. Márcio Labre	Não apreciado
277 / 2019	19/11/2019	Convoca a jornalista Miriam Leitão, para prestar depoimento nesta comissão.	Dep. Márcio Labre	Não apreciado
278 / 2019	19/11/2019	Convoca o jornalista Luiz Nassif, para prestar depoimento nesta comissão.	Dep. Márcio Labre	Não apreciado



279 / 2019	19/11/2019	Convoca o jornalista Lauro Jardim, para prestar depoimento nesta comissão.	Dep. Márcio Labre	Não apreciado
280 / 2019	19/11/2019	Convoca o jornalista Kennedy Alencar, para prestar depoimento nesta comissão.	Dep. Márcio Labre	Não apreciado
281 / 2019	19/11/2019	Convoca o jornalista Franklin Martins, para prestar depoimento.	Dep. Márcio Labre	Não apreciado
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 195 / 2019 - Convocação ● 287 / 2019 - Convocação 		
282 / 2019	19/11/2019	Convida o jornalista Augusto Nunes, para prestar depoimento nesta comissão.	Dep. Márcio Labre	Não apreciado
283 / 2019	20/11/2019	Convoca o Sr. João Bernardo Barbosa para prestar depoimento nesta comissão.	Sen. Randolfe Rodrigues	Não apreciado
284 / 2019	20/11/2019	Convida a Dra. Edilene Lobo para Audiência Pública desta Comissão.	Dep. Luiziani e Lins	Não apreciado
285 / 2019	26/11/2019	Requer a convocação do Sr. LUIS INÁCIO LULA DA SILVA para prestar depoimento.	Dep. Pr. Marco Feliciano	Não apreciado



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



286 / 2019	26/11/2019	Requer o convite do Sr. ROMEU TUMA JR. para prestar depoimento a este colegiado.	Dep. Pr. Marco Feliciano	Não aprecia do
287 / 2019	26/11/2019	Requer a convocação do Srs. Franklin Martins, Thomas Traumann e Edinho Silva, e da Sra. Helena Chagas.	Dep. Pr. Marco Feliciano	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 165 / 2019 - Convocação ● 192 / 2019 - Convocação ● 195 / 2019 - Convocação ● 199 / 2019 - Convocação ● 281 / 2019 - Convocação 		
288 / 2019	26/11/2019	Requer a convocação do Gustavo Bebianno Rocha, para depor na CPMI.	Dep. Paulo Ramos	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 243 / 2019 - Convocação 		
289 / 2019	27/11/2019	Requer a convocação da Sra. Heloisa de Carvalho Martin Arribas.	Dep. Alexandre Frota	Não aprecia do
298 / 2019	05/12/2019	Solicita seja realizada uma Audiência Reservada com a Presidência e Relatoria dessa CPMI, juntamente com a Deputada Federal Joice Hasselmann.	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
 ExEdit



305 / 2019	16/12/2019	Requer convite e convocação de 23 agentes políticos e cidadãos, relativamente a denúncia de ataques cibernéticos no Estado do Rio Grande do Sul.	Dep. Nereu Crispim	Não aprecia do
306 / 2019	17/12/2019	Requer o convite ao Sr. Ben Supple, gerente políticas públicas e eleições globais do Whatsapp, para prestar depoimento.	Sen. Angelo Coronel	Não aprecia do
309 / 2019	17/12/2019	Requer seja convidado para debater nesta CPMI o senhor Fabrício da Mota Alves, representante do Senado Federal no Conselho Nacional de Proteção de Dados.	Sen. Angelo Coronel	Não aprecia do
313 / 2019	17/12/2019	Requer que seja convidado representante da Anistia Internacional.	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
314 / 2019	17/12/2019	Requer seja convidado para debater nesta CPMI o jornalista Bruno Sartori, para falar sobre o fenômeno e os riscos das “Deepfakes”.	Sen. Angelo Coronel	Não aprecia do
315 / 2020	03/02/2020	Requer seja convocado para depor nesta CPMI representante da Uber do Brasil Tecnologia Ltda.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* CD 22239.71019.00 *
 xEdit



326 / 2020	05/02/2020	Requer que seja solicitado a Polícia Federal Agentes e Peritos para auxiliarem os trabalhos desta Comissão.	Dep. Lídice da Mata	Não aprecia do
327 / 2020	05/02/2020	Requer a convocação do Sr. Paulo Guedes, Ministro da Economia, para prestar depoimento perante a Comissão.	Dep. Paulo Ramos	Não aprecia do
328 / 2020	07/02/2020	Requer informações sobre contas fornecidas pelo Whatsapp Inc. a partir de Janeiro de 2018	Dep. Lídice da Mata	Não aprecia do
329 / 2020	07/02/2020	Requer ao Facebook e Whatsapp Inc. informações sobre contas e grupos de conversa a partir de janeiro de 2018.	Dep. Lídice da Mata	Não aprecia do
330 / 2020	07/02/2020	Requer ao Facebook informações sobre contas a partir de Janeiro de 2018.	Dep. Lídice da Mata	Não aprecia do
331 / 2020	07/02/2020	Requer à Anatel informações sobre contas do Whatsapp Inc. a partir de janeiro de 2018.	Dep. Lídice da Mata	Não aprecia do

CD/22239.71019-00

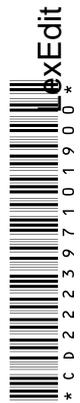
* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



333 / 2020	12/02/2020	Requer a convocação dos Senhores Daniel Filho Tupinambá, Francisco Roberto Emboava Nogueira e Emerson Luiz Rodrigues, proprietários dos sites "Esquerda Diário" (www.esquerdadiario.com.br), "Diário do Centro do Mundo" (www.diariodocentrodomundo.com.br) e "Mídia Livre - Folha Centro Sul" (www.folhacentrosul.com.br) para prestar depoimento.	Dep. Carlos Jordy	Não aprecia do
334 / 2020	12/02/2020	Requer convocação da Senhora Martha Freire Romano, proprietária da empresa M Romano Comunicação LTDA para prestar depoimento.	Dep. Carlos Jordy	Não aprecia do
335 / 2020	13/02/2020	Requer a inversão de convocação para convite do Sr. Fabio Wajngarten	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
336 / 2020	13/02/2020	Requer a reconvocação do senhor Hans River do Rio Nascimento.	Sen. Angelo Coronel	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 337 / 2020 - Convocação ● 394 / 2020 - Convocação 		
337 / 2020	13/02/2020	Requer a convocação do Sr. Hans River do Rio Nascimento.	Dep. Túlio Gadêlha	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



- Requerimentos correlatos:
- [336 / 2020](#) - Convocação
 - [394 / 2020](#) - Convocação

338 / 2020	18/02/2020	Requer quebra de sigilo bancário, fiscal, telefônico e telemático do Sr. Hans River do Rio Nascimento.	Sen. Alessandro Vieira	Não aprecia do
339 / 2020	18/02/2020	Requerimento de quebra de sigilo bancário, fiscal, telefônico e telemático da empresa individual Hans River do Rio Nascimento.	Sen. Alessandro Vieira	Não aprecia do
340 / 2020	18/02/2020	Requer informações ao Núcleo de Informações e Coordenação do Ponto BR - NIC.br e o Network Information Center - NIC.com sobre registro, acesso, postagens e demais dados pertinentes aos sites relacionados.	Sen. Angelo Coronel	Não aprecia do
343 / 2020	19/02/2020	Convoca jornalista Patrícia Campos Mello para prestar depoimento nesta Comissão.	Dep. Carlos Jordy	Não aprecia do
344 / 2020	02/03/2020	Requer quebra de sigilo bancário e fiscal da empresa Dot Group Participacoes S/A.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
345 / 2020	02/03/2020	Requer a quebra do sigilo bancário e fiscal da empresa SMS Market Soluções Inteligentes LTDA.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



346 / 2020	02/03/2020	Requer a quebra do sigilo bancário e fiscal da empresa Quick Mobile Desenvolvimento e Serviços LTDA.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
347 / 2020	02/03/2020	Requer a quebra do sigilo bancário e fiscal da empresa Croc Services Soluções de Informática LTDA.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
348 / 2020	02/03/2020	Requer sejam convocados para prestar depoimento nesta Comissão representantes das empresas M. Romano Comunicação LTDA. e Um por Todos Digital LTDA.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
349 / 2020	02/03/2020	Requer informações à empresa Deep Marketing sobre o banco de dados repassado em campanha presidencial de 2018 do candidato Henrique Meirelles.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
350 / 2020	02/03/2020	Requer informações junto às empresas M.Romano Comunicação LTDA. e Um por Todos Digital LTDA.	Dep. Caroline de Toni	Não aprecia do
351 / 2020	02/03/2020	Requer a quebra do sigilo bancário e fiscal da empresa MAUT DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE LTDA.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
352 / 2020	02/03/2020	Requer a quebra do sigilo bancário e fiscal da empresa YACOWS DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE LTDA.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do



353 / 2020	02/03/2020	Requer a quebra do sigilo bancário e fiscal da empresa DEEP MARKETING LTDA.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
354 / 2020	02/03/2020	Requer a quebra do sigilo bancário e fiscal da empresa KIPLIX COMUNICACAO DIGITAL LTDA.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
355 / 2020	02/03/2020	Requer quebra de sigilo bancário e fiscal de Lindolfo Antônio Alves Neto	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
356 / 2020	02/03/2020	Requer quebra de sigilos bancário e fiscal de FLÁVIA ALVES	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
358 / 2020	04/03/2020	Requer ao TSE que informe os candidatos na eleições de 2018 que prestaram contas de pagamentos às empresas Yakows Desenvolvimento de Software Limitada, Deep Marketing Ltda e Kiplix Publicidade e Propaganda Ltda.	Dep. Paulo Ramos	Não aprecia do
359 / 2020	04/03/2020	Requer que encaminhe ao Poder Judiciário requerimento para determinar busca e apreensão não domiciliar nas Sedes das empresas Yakows Desenvolvimento de Software Limitada, Deep Marketing Ltda e Kiplix Publicidade e	Dep. Paulo Ramos	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



Propaganda Ltda.

360 / 2020	04/03/2020	Requer ao Poder Judiciário a quebra do sigilo de dados das contas de usuários, bem como dos dispositivos eletrônicos arrecadados em busca e apreensão não domiciliar nas sedes das empresas Yakows Desenvolvimento de Software Ltda, Deep Marketing Ltda e Kiplix Publicidade e Propaganda Ltda.	Dep. Paulo Ramos	Não aprecia do
361 / 2020	04/03/2020	Requer que encaminhe ao Poder Judiciário requerimento para determinar a quebra do sigilo profissional das empresas Yakows Desenvolvimento de Software Limitada, Deep Marketing Ltda e Kiplix Publicidade e Propaganda Ltda.	Dep. Paulo Ramos	Não aprecia do
363 / 2020	06/03/2020	Requer ao Twitter informações sobre a conta com o nome @LeitadasL03n.	Dep. Alexandr e Frota	Não aprecia do
364 / 2020	06/03/2020	Requer ao Twitter informações sobre a conta com o nome @LetsDex.	Dep. Alexandr e Frota	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



365 / 2020	06/03/2020	Requer ao Twitter informações sobre a conta com o nome @brasileirinhos.	Dep. Alexandre Frota	Não aprecia do
367 / 2020	06/03/2020	Requer transferência de sigilo das mensagens encaminhadas pela plataforma de disparo em massa utilizado pela empresa SMS Market Soluções Inteligentes Ltda.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
368 / 2020	06/03/2020	Requer transferência de sigilo das mensagens encaminhadas pela plataforma de disparo em massa utilizado pela empresa Dot Group Participações S/A.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
369 / 2020	06/03/2020	Requer transferência de sigilo das mensagens encaminhadas pela plataforma de disparo em massa utilizado pela empresa Quick Mobile Desenvolvimento e Serviços Ltda.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
370 / 2020	06/03/2020	Requer transferência de sigilo das mensagens encaminhadas pela plataforma de disparo em massa utilizado pela empresa Croc Services Soluções de Informática Ltda.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
371 / 2020	06/03/2020	Requer transferência de sigilo das mensagens encaminhadas pela plataforma de disparo em massa utilizado pela empresa Deep Marketing Ltda.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
 ExEdit



372 / 2020	06/03/2020	Requer transferência de sigilo das mensagens encaminhadas pela plataforma de disparo em massa utilizado pela empresa Maut Desenvolvimento de Software Ltda.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
373 / 2020	06/03/2020	Requer transferência de sigilo das mensagens encaminhadas pela plataforma de disparo em massa utilizado pela empresa Kiplix Comunicação Digital Ltda.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
374 / 2020	06/03/2020	Requer transferência de sigilo das mensagens encaminhadas pela plataforma de disparo em massa utilizado pela empresa Yacows Desenvolvimento de Software Ltda.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
376 / 2020	09/03/2020	Requer a transferência de sigilo à plataforma de financiamento coletivo Apoia Serviços de Portal e Intermediação de Negócios LTDA a transferência de sigilo das doações ao projeto de comunicação terça livre, administrado pelo Sr. Allan Lopes dos Santos.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
377 / 2020	09/03/2020	Requer a transferência de sigilo à plataforma Google LLC a transferência de sigilo das doações e patrocínios ao projeto de comunicação terça livre, administrado pelo Sr.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* CD 22239.71019.00 *
#xEdit



Allan Lopes dos Santos.

380 / 2020	09/03/2020	Requer à plataforma Apoia Serviços de Portal e Intermediação de Negócios LTDA a transferência de sigilo de doadores ao site Jornal da Cidade.	Sen. Jean Paul Prates	Não aprecia do
383 / 2020	09/03/2020	Requer a transferência de sigilo dos registros de acesso e de conteúdo relacionado ao Bulkservice hospedado na Cloudflare.	Dep. Lídice da Mata	Não aprecia do
384 / 2020	09/03/2020	Requer compartilhamento dos autos das Ações de Investigação Judicial no. 0601782-57 e 0601771-28.	Dep. Lídice da Mata	Não aprecia do
387 / 2020	09/03/2020	Requer informações à Anatel referente aos números de telefones vinculados aos CPFs e nomes constantes em documento obtido por meio dos consultores legislativos da Câmara dos Deputados que assessoram esta Comissão. A lista dos CPFs e nomes está no drive sigiloso, de acesso restrito aos membros da CPMI.	Dep. Lídice da Mata	Não aprecia do

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *

 xEdit



388 / 2020	09/03/2020	Requer a transferência de sigilo com o compartilhamento da movimentação financeira do sr. José Pinheiro Tolentino Filho e do seu projeto de comunicação Jornal da Cidade Online.	Sen. Jean Paul Prates	Não aprecia do
389 / 2020	09/03/2020	Requer a transferência de sigilo e o compartilhamento de movimentação financeira do sr. Felipe Augusto Tedeschi Lintz e do seu projeto de comunicação Jacaré de Tanga.	Sen. Jean Paul Prates	Não aprecia do
390 / 2020	09/03/2020	Requer à plataforma de financiamento coletivo Apoia Serviços de Portal e Intermediação de Negócios LTDA, o compartilhamento da movimentação financeira do sr. Felipe Augusto Tedeschi Lintz e seu projeto de comunicação Jacaré de Tanga.	Sen. Jean Paul Prates	Não aprecia do
391 / 2020	09/03/2020	Requer a transferência de sigilo e informações relativas as contas vinculadas ao email e ao número de telefone indicados na resposta ao Requerimento 290/2019.	Dep. Lídice da Mata	Não aprecia do
392 / 2020	10/03/2020	Requer a Polícia Legislativa e ao Prodasen do Senado que identifiquem as pessoas que usaram a Rede do Senado Federal para acessar a conta do Instagram "snapnaro".	Sen. Humberto Costa	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



393 / 2020	10/03/2020	Requer ao Facebook informações complementares aos Requerimentos nº 290 e 292/2019-CPMIFAKENEWS.	Sen. Jean Paul Prates	Não apreciado
394 / 2020	11/03/2020	Reconvocação de Hans River.	Sen. Randolfe Rodrigues	Não apreciado
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 336 / 2020 - Convocação ● 337 / 2020 - Convocação 		
395 / 2020	11/03/2020	Requer à Microsoft Brasil os dados de criação e registro do endereço eletrônico arthurdamotta1979@outlook.com.	Sen. Angelo Coronel	Não apreciado
396 / 2020	11/03/2020	Requer a convocação de Luciano Hang e Paulo Generoso.	Dep. Nereu Crispim	Não apreciado
397 / 2020	11/03/2020	Convoca o Diretor-Geral da Polícia Federal, Maurício Leite Valeixo, para prestar esclarecimentos.	Dep. Delegado Waldir	Não apreciado
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 421 / 2020 - Convocação 		
398 / 2020	11/03/2020	Convoca Regina Blois Duarte, Secretária Especial da Cultura, para prestar esclarecimentos.	Dep. Delegado Waldir	Não apreciado



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



399 / 2020	12/03/2020	Requer obter, junto às empresas administradoras das redes sociais “Twitter”; “instagram” e “facebook”, a identificação de contas vinculadas a e-mail e telefones utilizados em solicitações de reembolso pelo gabinete do deputado federal Eduardo Bolsonaro.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
400 / 2020	12/03/2020	Requer obter, junto à empresa administradora da rede social “Twitter”, informações sobre a conta “@dudu112n” e o compartilhamento do conteúdo publicado por essa conta.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
401 / 2020	13/03/2020	Requer transferência dos sigilos bancário, fiscal, telefônico e telemático da empresa FORMULA TECNOLOGIA LTDA-EPP.	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do
402 / 2020	13/03/2020	Requer transferência dos sigilos bancário, fiscal, telefônico e telemático do Sr. Miguel Corrêa da Silva Júnior.	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do
403 / 2020	13/03/2020	Requer transferência dos sigilos bancário, fiscal, telefônico e telemático da empresa FOLLOW ANALISES ESTRATÉGICAS LTDA, hoje chamada FOLLOW INTERMEDIações E NEGÓCIOS LTDA.	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
 xEdit



404 / 2020	13/03/2020	Requer transferência dos sigilos bancário, fiscal, telefônico e telemático da empresa M. ROMANO COMUNICAÇÃO LTDA.	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do
405 / 2020	13/03/2020	Requer transferência dos sigilos bancário, fiscal, telefônico e telemático da empresa UM POR TODOS DIGITAL LTDA.	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do
406 / 2020	24/03/2020	Convite a Sra. Vera Regina Magalhães, do jornal O Estado de São Paulo e do programa Roda Viva, para prestar depoimento nesta CPMI.	Dep. Alexandr e Frota	Não aprecia do
<p>Requerimentos correlatos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 409 / 2020 - Convite 				
407 / 2020	02/04/2020	Requer a quebra dos sigilos bancário, fiscal, telefônico e telemático da empresa BECONNECTED TECNOLOGIA LTDA.	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do
408 / 2020	02/04/2020	Requer a quebra dos sigilos bancário, fiscal, telefônico e telemático do Sr. Rodrigo Queles Teixeira Cardoso.	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do
409 / 2020	02/04/2020	Requer o convite da Senhora jornalista Vera Magalhães, editora do BR Político e colunista do jornal O Estado de S. Paulo	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do



Requerimentos correlatos: ● [406 / 2020](#) - Convite

410 / 2020	03/04/2020	Solicita que seja convidado o ex-senador Magno Malta, para debater em audiência pública sobre o efeito das fake news nas crianças e combater o cyberbulkying contra os mais vulneráveis.	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do
----------------------------	------------	--	--------------------------	----------------

Requerimentos correlatos: ● [257 / 2019](#) - Convite

411 / 2020	03/04/2020	Solicita que sejam convidados os Senhores Roberto Irineu Marinho, Ali Kamel, Carlos Henrique Schoeder e William Bonner para debater em audiência pública os ataques midiáticos que atentam contra o debate público e as práticas jornalísticas da Rede Globo.	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do
----------------------------	------------	---	--------------------------	----------------

Requerimentos correlatos: ● [262 / 2019](#) - Convite

412 / 2020	03/04/2020	Solicita que sejam convidados os Marcos Valério e Antônio Palocci para debater em audiência pública os ataques midiáticos que atentam contra o debate público e a democracia.	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do
----------------------------	------------	---	--------------------------	----------------

Requerimentos correlatos: ● [263 / 2019](#) - Convite

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *

 xEdit



413 / 2020	03/04/2020	Requer seja convocada para prestar depoimento nesta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito a Sra. Joyce Moreira Falete Mota, dona da agência Lajoy.	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do
-------------------	-------------------	--	--------------------------	----------------

Requerimentos correlatos: ● **341 / 2020 - Convocação**

414 / 2020	03/04/2020	Requer seja convocado para prestar depoimento nesta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito o Sr. Miguel Corrêa, dono do aplicativo “Follow”.	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do
-------------------	-------------------	---	--------------------------	----------------

Requerimentos correlatos: ● **342 / 2020 - Convocação**

415 / 2020	03/04/2020	Requer a quebra dos sigilos bancário, fiscal, telefônico e telemático da Sra. Patrícia Toledo de Campos Mello.	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do
-------------------	-------------------	--	--------------------------	----------------

Requerimentos correlatos: ● **357 / 2020 - Transferência de Sigilo**

416 / 2020	10/04/2020	Requer a transferência de sigilo dos conteúdos das mensagens encaminhadas pela plataforma de disparo em massa utilizado pela empresa YACOWS DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE LTDA.	Dep. Delegado Éder Mauro	Não aprecia do
-------------------	-------------------	---	--------------------------	----------------



417 / 2020	13/04/2020	<p>Requer a criação de Força-Tarefa dentro da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito das Fake News, composta de 15 (quinze) Senadores e 15 (quinze) deputados, com o objetivo de propor soluções conjuntas para combater a propagação de notícias falsas na internet envolvendo a pandemia mundial do Coronavírus.</p>	<p>Dep. Dr. Leonard o</p>	<p>Não aprecia do</p>
418 / 2020	22/04/2020	<p>Requer que o Facebook informe o identificador (ID) dos grupos de mensagens de que participem no Instagram, no período determinado entre a pré-campanha eleitoral de 2018 (05/07) a 2020, os usuários “bolso_feios”, “snapnaro”, “presidentebolsonarobr” e “conservadorliberal”, e envie os dados listados dos referidos grupos e usuários. O requerimento contém anexos resguardados por sigilo, e estão disponíveis no drive de acesso restrito aos membros da CPMI.</p>	<p>Dep. Túlio Gadêlha</p>	<p>Não aprecia do</p>
419 / 2020	22/04/2020	<p>Requer a quebra do sigilo de dados dos telefones e emails listados. O requerimento contém anexos resguardados por sigilo, e estão disponíveis no drive de acesso restrito aos</p>	<p>Dep. Túlio Gadêlha</p>	<p>Não aprecia do</p>



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



membros da CPMI.

420 / 2020	24/04/2020	Requer a convocação do Sr. Sérgio Fernando Moro, para prestar depoimento.	Dep. Túlio Gadêlha	Não aprecia do
-------------------	-------------------	---	--------------------	----------------

- Requerimentos correlatos:
- [421 / 2020](#) - Convocação
 - [422 / 2020](#) - Convocação
 - [423 / 2020](#) - Convocação
 - [427 / 2020](#) - Convocação

421 / 2020	24/04/2020	Requer sejam convocados os Srs. Sérgio Moro e Maurício Valeixo.	Dep. Nereu Crispim	Não aprecia do
-------------------	-------------------	---	--------------------	----------------

- Requerimentos correlatos:
- [397 / 2020](#) - Convocação
 - [420 / 2020](#) - Convocação
 - [422 / 2020](#) - Convocação
 - [423 / 2020](#) - Convocação
 - [427 / 2020](#) - Convocação

422 / 2020	24/04/2020	Requer a convocação do Sr. Sérgio Fernando Moro, para prestar depoimento.	Sen. Angelo Coronel	Não aprecia do
-------------------	-------------------	---	---------------------	----------------

- Requerimentos correlatos:
- [420 / 2020](#) - Convocação
 - [421 / 2020](#) - Convocação
 - [423 / 2020](#) - Convocação
 - [427 / 2020](#) - Convocação



423 / 2020	27/04/2020	Requer que seja convocado o senhor Sérgio Fernando Moro, ex-Ministro da Justiça e Segurança Pública do Brasil.	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 420 / 2020 - Convocação ● 421 / 2020 - Convocação ● 422 / 2020 - Convocação ● 427 / 2020 - Convocação 		
424 / 2020	27/04/2020	Requer seja convidado o Ex Ministro Sérgio Fernando Moro, para prestar depoimento.	Dep. Alexandr e Frota	Não aprecia do
425 / 2020	27/04/2020	Requer seja convidado o Ex-Diretor da Policia Federal, Maurício Leite Valeixo, para prestar depoimento.	Dep. Alexandr e Frota	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 429 / 2020 - Convite 		
426 / 2020	28/04/2020	Requer que seja convocado o Sr. DERLI GUALBERTO OLIVEIRA MORAES, administrador do grupo de WhatsApp “Debate Político” – Canoas.	Dep. Nereu Crispim	Não aprecia do
427 / 2020	28/04/2020	Requer que seja convocado o senhor Sérgio Fernando Moro, ex-Ministro da Justiça e Segurança Pública do Brasil.	Sen. Humbert o Costa	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



- Requerimentos correlatos:
- [420 / 2020](#) - Convocação
 - [421 / 2020](#) - Convocação
 - [422 / 2020](#) - Convocação
 - [423 / 2020](#) - Convocação

428 / 2020	29/04/2020	Requer que seja convocado o senhor Tome Abduch, ativista do Grupo “Nas Ruas”	Dep. Nereu Crispim	Não aprecia do
429 / 2020	29/04/2020	Convida o sr. Maurício Leite Valeixo, Ex-Diretor Da Policia Federal, para depor nesta Comissão.	Dep. Alexandr e Frota	Não aprecia do

- Requerimentos correlatos:
- [425 / 2020](#) - Convite

430 / 2020	30/04/2020	Requer que seja convocado, na qualidade de testemunha, o senhor RODRIGO FAYAD DE ALBUQUERQUE ROSA, gestor, entre outubro de 2019 e março de 2020, dos contratos nº 2/2015 e nº 3/2015, utilizados para monitoramento de redes, que a SECOM/SEGOV/PR manteve com as empresas TV1 - Empresa Brasileira de Comunicação Ltda e Isobar - Agência Click Mídia Interativa S/A, respectivamente, durante o ano de 2019, para prestar depoimento perante esta Comissão.	Dep. Lídice da Mata	Não aprecia do
----------------------------	------------	--	---------------------	----------------



431 / 2020	30/04/2020	<p>Requer que seja convocada, na qualidade de testemunha, a senhora MICHELLE CATYANA MOTA LIRA, gestora substituta, entre janeiro e setembro de 2019, dos contratos nº 2/2015 e nº 3/2015, utilizados para monitoramento de redes, que a SECOM/SEGOV/PR manteve com as empresas TV1 - Empresa Brasileira de Comunicação Ltda e Isobar - Agência Click Mídia Interativa S/A, respectivamente, para prestar depoimento perante esta Comissão.</p>	<p>Dep. Lídice da Mata</p>	<p>Não aprecia do</p>
------------	------------	---	----------------------------	-----------------------

432 / 2020	30/04/2020	<p>Requer que seja convocada, na qualidade de testemunha, a senhora MÁRCIA MARIA PACHALY, gestora substituta, entre outubro de 2019 e março de 2020, dos contratos nº 2/2015 e nº 3/2015, utilizados para monitoramento de redes, que a SECOM/SEGOV/PR manteve com as empresas TV1 - Empresa Brasileira de Comunicação Ltda e Isobar - Agência Click Mídia Interativa S/A, respectivamente, para prestar depoimento perante esta Comissão.</p>	<p>Dep. Lídice da Mata</p>	<p>Não aprecia do</p>
------------	------------	--	----------------------------	-----------------------

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *

 ExEdit



433 / 2020	30/04/2020	<p>Requer que seja convocado, na qualidade de testemunha, o senhor FRANCISCO ELEAZAR PINILLA VILLEGAS, gestor, entre janeiro e setembro de 2019, dos contratos nº 2/2015 e nº 3/2015, utilizados para monitoramento de redes, que a SECOM/SEGOV/PR manteve com as empresas TV1 - Empresa Brasileira de Comunicação Ltda e Isobar - Agência Click Mídia Interativa S/A, respectivamente, durante o ano de 2019, para prestar depoimento perante esta Comissão</p>	<p>Dep. Lídice da Mata</p>	<p>Não aprecia do</p>
434 / 2020	04/05/2020	<p>Requisita o compartilhamento, pela ISOBAR - AGÊNCIA CLICK MÍDIA INTERATIVA S/A, de informações e documentos relativos ao contrato n. 3/2015 firmado entre a citada empresa e o Governo Federal entre janeiro de 2019 e março de 2020.</p>	<p>Dep. Lídice da Mata</p>	<p>Não aprecia do</p>
435 / 2020	04/05/2020	<p>Requisita o compartilhamento, pela TV1 – EMPRESA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO LTDA., de informações e documentos relativos ao contrato n. 2/2015 firmado entre a citada empresa e o Governo Federal entre janeiro de 2019 e março de</p>	<p>Dep. Lídice da Mata</p>	<p>Não aprecia do</p>

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *

 ExEdit



2020.

436 / 2020	04/05/2020	Requer a instauração de procedimento investigatório de perfil em rede social responsável por disseminar notícias falsas que prejudicam o combate ao corona vírus.	Dep. Marcelo Ramos	Não aprecia do
437 / 2020	13/05/2020	Requer seja convocada a prestar esclarecimentos a senhora Gabriela Santos, criadora do grupo de WhatsApp “Juventude Direita”.	Dep. Nereu Crispim	Não aprecia do
438 / 2020	14/05/2020	Requer o compartilhamento com a presente CPMI do inquérito nº 4.831, em tramitação no Supremo Tribunal Federal, que tem como objeto “a apuração de supostos fatos noticiados em pronunciamento do ora Ministro da Justiça e Segurança Pública, Sérgio Fernando Moro, iniciado às 11h00 do dia 24 de abril de 2020, no auditório Tancredo Neves, localizado no Palácio da Justiça, edifício-sede do Ministério da Justiça e Segurança Pública”.	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



439 / 2020	18/05/2020	Requer a convocação do Ministro da Controladoria-Geral da União, Sr. Wagner de Campos Rosário, para prestar depoimento nesta comissão.	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
440 / 2020	18/05/2020	Requer que a Comissão Parlamentar Mista de Inquérito – CPMI Fake News, por meio de auditoria do Tribunal de Contas de União, realize ato de fiscalização e controle dos contratos de publicidade celebrados pela Secretária Especial de Comunicação Social da Presidência da República em 2019.	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
441 / 2020	18/05/2020	Requer a convocação do Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Governo da Presidência da República, Sr. Luiz Eduardo Ramos Baptista Pereira, para prestar depoimento nesta comissão.	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do

Requerimentos correlatos: ● [462 / 2020](#) - Convocação

442 / 2020	18/05/2020	Requer a convocação do Secretário Especial de Comunicação Social da Presidência da República, Sr. Fabio Wajngarten, para prestar depoimento nesta comissão.	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
----------------------------	------------	---	-----------------	----------------

Requerimentos correlatos: ● [461 / 2020](#) - Convocação



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



443 / 2020	25/05/2020	Requer seja convocado o Sr. Rubem Novaes, Presidente do Banco do Brasil, para prestar depoimento.	Dep. Carlos Zarattini	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 455 / 2020 - Convocação 		
444 / 2020	25/05/2020	Requer a requisição de documentos e informações à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República sobre todos os contratos e destinação de verbas de publicidade do Governo Federal no ano de 2019 e 2020.	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
445 / 2020	27/05/2020	Requer a convocação do General Augusto Heleno Ribeiro Pereira para depor nesta Comissão.	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 270 / 2019 - Convocação 		
446 / 2020	27/05/2020	Requer que seja convocada a senhora PAULA MARISA, Youtuber.	Dep. Nereu Crispim	Não aprecia do
447 / 2020	28/05/2020	Requer a convocação do representante legal da empresa Twitter no Brasil, para prestar depoimento.	Dep. Bozzella	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 3 / 2019 - Convocação 		

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
 ExEdit



448 / 2020	28/05/2020	Requer que parlamentares que figurem como investigados no Inquérito do Supremo Tribunal Federal nº 4.781, que apura a veiculação de fake news contra o Supremo Tribunal Federal, sejam impedidos de fazer parte da composição da Comissão Parlamentar Mista Inquérito das Fake News.	Sen. Randolfe Rodrigues	Não aprecia do
449 / 2020	28/05/2020	Requer a convocação das pessoas indicadas no Inquérito do STF Inquérito 4.781, relatado pelo Ministro Alexandre de Moraes.	Sen. Humberto Costa	Não aprecia do
Requerimentos correlatos: <ul style="list-style-type: none"> ● 450 / 2020 - Outros 				
450 / 2020	28/05/2020	Requer a convocação das pessoas indicadas no Inquérito do STF Inquérito 4.781, relatado pelo Ministro Alexandre de Moraes.	Sen. Jean Paul Prates	Não aprecia do
Requerimentos correlatos: <ul style="list-style-type: none"> ● 449 / 2020 - Outros 				
451 / 2020	29/05/2020	Requer a convocação do Sr. Gil Diniz para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Não aprecia do
452 / 2020	29/05/2020	Requer a convocação do Sr. EDSON PIRES SALOMÃO para prestar depoimento.	Dep. Luizianne Lins	Não aprecia do



453 / 2020	29/05/2020	Requer a convocação do Sr.DOUGLAS GARCIA para prestar depoimento.	Dep. Luiziann e Lins	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		● 463 / 2020 - Convocação		
454 / 2020	01/06/2020	Requer quebra de sigilo Bancário e Fiscal do Jornal da Cidade Online.	Dep. Túlio Gadêlha	Não aprecia do
455 / 2020	01/06/2020	Requer convocação para depor, como testemunhas, o senhor Rubem de Freitas Novaes, Presidente do Banco do Brasil, e a senhora Ana Cláudia Kakinoff Corrêa, Diretora de Marketing e Comunicação do Banco do Brasil.	Dep. Túlio Gadêlha	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		● 443 / 2020 - Convocação		
456 / 2020	01/06/2020	Requer encaminhamento de diligência ao Jornal da Cidade Online, sobre a veiculação de publicidade de empresas estatais.	Dep. Túlio Gadêlha	Não aprecia do
457 / 2020	01/06/2020	Requer encaminhamento de diligência à Google Brasil Internet Ltda, sobre a veiculação de publicidade de empresas estatais no sítio eletrônico Jornal da Cidade	Dep. Túlio Gadêlha	Não aprecia do



Online.

459 / 2020	02/06/2020	Requer a convocação do Vereador da Cidade do Rio de Janeiro/RJ - Carlos Nantes Bolsonaro.	Dep. Alexandr e Frota	Não aprecia do
-------------------	-------------------	---	-----------------------	----------------

Requerimentos correlatos: ● **242 / 2019 - Convocação**

460 / 2020	04/06/2020	Requer a convocação do Sr. MARCELO REPETTO, Diretor de Operações Regional Sul da Claro Brasil.	Dep. Nereu Crispim	Não aprecia do
-------------------	-------------------	--	--------------------	----------------

461 / 2020	05/06/2020	Requer a convocação do Secretário Especial de Comunicação Social da Presidência da República, Senhor Fabio Wajngarten, para prestar depoimento sobre a destinação de verbas de publicidade do Governo Federal a a sites, aplicativos de telefone celular e canais de YouTube que veiculam conteúdo considerado inadequado – em aditamento ao Requerimento nº 442/2020).	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
-------------------	-------------------	---	-----------------	----------------

Requerimentos correlatos: ● **442 / 2020 - Convocação**

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *

 xEdit



462 / 2020	05/06/2020	Requer a convocação do Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Governo da Presidência da República, Senhor Luiz Eduardo Ramos Baptista Pereira, para prestar depoimento sobre a destinação de verbas de publicidade do Governo Federal a a sites, aplicativos de telefone celular e canais de YouTube que veiculam conteúdo considerado inadequado – em aditamento ao Requerimento nº 441/2020)	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
-------------------	-------------------	---	-----------------	----------------

- Requerimentos correlatos:
- [260 / 2019](#) - Convocação
 - [441 / 2020](#) - Convocação

463 / 2020	05/06/2020	Requer a convocação do Sr. Douglas Garcia, Deputado Estadual de São Paulo.	Dep. Carlos Zarattini	Não aprecia do
-------------------	-------------------	--	-----------------------	----------------

- Requerimentos correlatos:
- [453 / 2020](#) - Convocação

464 / 2020	08/06/2020	Requer a notificação do Twitter para que realize a Transferência de sigilo dos registros de conexão e de acesso dos perfis administrados pelo sr. Douglas Garcia Bispo dos Santos nessa plataforma, inclusive do @Douglasgarcia (https://twitter.com/DouglasGar	Dep. Natália Bonavides	Não aprecia do
-------------------	-------------------	---	------------------------	----------------



cia), bem como as mensagens enviadas e recebidas por esses perfis, sendo todas essas informações relativas ao período de 01 de junho a 04 de junho de 2020.

465 / 2020	08/06/2020	<p>Requer a Transferência de sigilo de todos os registros de conexão e de acesso do e-mail douglasgarcia@al.sp.gov.br, bem como as mensagens enviadas e recebidas por este endereço eletrônico, sendo todas essas informações relativas ao período de 01 de junho a 04 de junho de 2020.</p>	<p>Dep. Natália Bonavides</p>	<p>Não aprecia do</p>
466 / 2020	08/06/2020	<p>Requer a notificação do Facebook para que realize a Transferência de sigilo dos registros de conexão e de acesso dos perfis e páginas administrados pelo sr. Douglas Garcia Bispo dos Santos no Instagram e Facebook, inclusive da página do facebook “Douglas Garcia” (https://www.facebook.com/DouglasGarciaOficial/), bem como as mensagens enviadas e recebidas por essas páginas e perfis nessas plataformas, sendo todas essas informações relativas ao</p>	<p>Dep. Natália Bonavides</p>	<p>Não aprecia do</p>



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



período de 01 de junho a 04 de junho de 2020.

467 / 2020	10/06/2020	Requer a convocação Marcos Aurelio Carvalho à CPMI das Fake News.	Sen. Randolfe Rodrigues	Não aprecia do
468 / 2020	19/06/2020	Requer informações sobre os perfis que compartilharam a hashtag #NinguemDerrunaBolsonaro, com o erro de digitação em que se trocou a letra “b” em derruba por “n”, nos dias 14 e 15 de junho de 2020.	Dep. Túlio Gadêlha	Não aprecia do
469 / 2020	19/06/2020	Requer informações sobre os perfis que compartilharam a hashtag #FechadocomBolsolnaro, com o erro de digitação em que se acrescentou uma letra “L” extra ao nome Bolsonaro, nos dias 26 e 27 de abril de 2020	Dep. Túlio Gadêlha	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



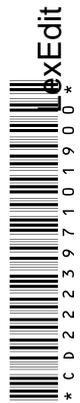
* CD 222397101900 *
#xEdit



470 / 2020	19/06/2020	<p>Requer a convocação do senhor Ernesto Araújo, Ministro das Relações Exteriores, a respeito da não adesão do Brasil ao compromisso global de combate à Desinformação em tempos de pandemia de Covid-19 chancelado pela ONU e subscrito por 132 estados-membros, não-membros e observadores da Organização das Nações Unidas.</p>	Sen. Angelo Coronel	Não aprecia do
471 / 2020	25/06/2020	<p>Requer à plataforma digital YouTube a disponibilização a esta CPMI do conteúdo de vídeos deletados por canais investigados pela prática de disseminação de fake news.</p>	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
472 / 2020	09/07/2020	<p>Requer ao Facebook que preserve e compartilhe com esta CPMI os conteúdos e dados das 35 contas, 14 Páginas e 1 Grupo no Facebook e 38 contas no Instagram que foram removidas, pela empresa, em ação do dia 08 de julho de 2020, por compor uma rede de comportamento inautêntico coordenado.</p>	Sen. Randolfe Rodrigues	Não aprecia do

Requerimentos correlatos:

- [473 / 2020](#) - Informação
- [474 / 2020](#) - Informação
- [475 / 2020](#) - Informação



473 / 2020	10/07/2020	Requer a notificação do Facebook para que transfira a esta CPMI os sigilos dos registros de criação, de conexão e de acesso das 35 contas, 14 páginas e 1 grupo registrados na plataforma do Facebook e das 38 contas no Instagram removidas por comportamento inautêntico coordenado conforme comunicado emitido pelo Facebook Inc. em 8 de julho de 2020, além da preservação de todos os conteúdos das mesmas.	Sen. Angelo Coronel	Não aprecia do
-------------------	------------	---	---------------------	----------------

Requerimentos correlatos:

- [472 / 2020](#) - Informação
- [474 / 2020](#) - Informação
- [475 / 2020](#) - Informação

474 / 2020	10/07/2020	Requer que sejam solicitadas ao FACEBOOK INC informações detalhadas acerca da operação de combate a comportamento inautêntico divulgada no dia 08 de julho de 2020, bem como a identificação dos administradores das contas infratoras.	Sen. Alessandro Vieira	Não aprecia do
-------------------	------------	---	------------------------	----------------

Requerimentos correlatos:

- [472 / 2020](#) - Informação
- [473 / 2020](#) - Informação
- [475 / 2020](#) - Informação



CD/22239.71019-00



eXEdit
* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



475 / 2020	10/07/2020	Requer ao Facebook a disponibilização a esta CPMI do conteúdo de páginas removidas pela própria plataforma por comportamento inautêntico coordenado, incluindo a disseminação de fake news.	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 472 / 2020 - Informação ● 473 / 2020 - Informação ● 474 / 2020 - Informação 		
476 / 2020	10/07/2020	Requer a transferência de sigilo telefônico do Senhor Tercio Arnaud Tomaz.	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
477 / 2020	10/07/2020	Requer a transferência de sigilo fiscal do Senhor Tercio Arnaud Tomaz.	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
478 / 2020	10/07/2020	Requer a transferência de sigilo bancário do Senhor Tercio Arnaud Tomaz.	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
479 / 2020	13/07/2020	Requer ao Whatsapp Inc os sigilos dos registros de criação, de conexão e de acesso das contas e grupos removidos no mês de junho de 2020 da plataforma sob acusação da prática de spam político e supostamente ligadas ao Partido dos Trabalhadores.	Sen. Angelo Coronel	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



480 / 2020	15/07/2020	Requer ao WHATSAPP BRASIL informações detalhadas acerca da ação que bloqueou 10 contas relacionadas ao Partido dos Trabalhadores (PT), no dia 25 de junho de 2020, alegando comportamento abusivo por disparos de mensagens em massa ou automatizadas.	Sen. Alessandro Vieira	Não aprecia do
481 / 2020	15/07/2020	Requer seja convidada a jornalista Luiza Bandeira, do Digital Forensic Research Lab, da Atlantic Council.	Dep. Rui Falcão	Não aprecia do
482 / 2020	17/07/2020	Requer a convocação do Sr. NATHANIEL GLEICHER, chefe da política de segurança cibernética do Facebook.	Dep. Lídice da Mata	Não aprecia do
483 / 2020	17/07/2020	Requer a convocação da a Sra. LUIZA BANDEIRA, pesquisadora do Laboratório de Pesquisa Digital do centro de estudos Atlantic Council na América Latina.	Dep. Lídice da Mata	Não aprecia do
484 / 2020	17/07/2020	Requisita as INFORMAÇÕES e o ESTUDO desenvolvido pelo Laboratório de Pesquisa Forense Digital, do centro de estudos Atlantic Council, que embasaram e justificaram a decisão do FACEBOOK de suspender 35 contas, 14 páginas e 1 grupo no Facebook, além de 38 contas no Instagram, por violação da	Dep. Lídice da Mata	Não aprecia do



CD/22239.71019-00



* CD 222397101900 *
ExEdit



política contra interferência estrangeira e comportamento inautêntico coordenado no Brasil.

485 / 2020	18/07/2020	Requer a convocação do Sr. Júlio César Figueredo Doze e das Sras. Camile Pacheco Rodrigues, Luciane Santos da Silva Machado e Adriana Steimetz da Luz.	Dep. Nereu Crispim	Não aprecia do
486 / 2020	21/07/2020	Requerimento para retirar de pauta e tornar sem efeito os Requerimentos do Deputado Márcio Labre: nºs 276, 277, 278, 279, 280, 281 e 282.	Dep. Alexandr e Frota	Não aprecia do
487 / 2020	04/08/2020	Requer sejam convocados o senhor CONRADO LEISTER, Presidente do Facebook no Brasil; o senhor ADAM MOSSIRI, Presidente-Executivo do Instagram; a senhora FIAMMA ZARIFE, Diretora-Geral do twitter no Brasil; e a Senhora SUSAN WOJCICKI, Diretora- Executiva do You Tube.	Dep. Nereu Crispim	Não aprecia do
488 / 2020	05/08/2020	Requer seja convocado o senhor WINSTON LING, investidor e empresário brasileiro.	Dep. Nereu Crispim	Não aprecia do



CD/222399.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



489 / 2020	05/08/2020	Requer seja convocada a senhora Fernanda Barth.	Dep. Nereu Crispim	Não aprecia do
490 / 2020	05/08/2020	Requer esclarecimentos das Informações Técnicas Produzidas pela Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados na CPMI da Fake News.	Dep. Márcio Labre	Não aprecia do
491 / 2020	06/10/2020	Requer que seja convocado o senhor, JOSÉ FÉLIX, Presidente da Claro Brasil.	Dep. Nereu Crispim	Não aprecia do

REQUERIMENTOS NÃO APRECIADOS SUSPENSOS POR DECISÃO JUDICIAL

Nº	DATA DE APRESENTAÇÃO	EMENTA	AUTORIA	SITUAÇÃO
362 / 2020	05/03/2020	Convoca sr. Carlos Eduardo Guimarães para prestar depoimento. Análise suspensa conforme Medida Cautelar em Mandado de Segurança n. 37017	Dep. Rui Falcão	Não apreciado - Suspenso por decisão judicial

Requerimentos correlatos:

- **366 / 2020 - Convocação**



366 / 06/03/2020 2020	Requer a convocação do Sr. Carlos Eduardo Guimarães para prestar depoimento. Análise suspensa conforme Medida Cautelar em Mandado de Segurança n. 37017.	Dep. Márcio Jerry	Não apreciado - Suspenso por decisão judicial
--	--	-------------------	---

Requerimentos correlatos:

- **362 / 2020 - Convocação**

375 / 09/03/2020 2020	Requer obter, junto à empresa administradora da rede social “Instagram”, o acesso ao conteúdo das postagens publicadas pela conta “@Bolso_Feios” em seus “feed” e “stories”. Análise suspensa conforme Medida Cautelar em Mandado de Segurança n. 37017.	Dep. Natália Bonavides	Não apreciado - Suspenso por decisão judicial
--	--	------------------------	---

381 / 09/03/2020 2020	Requer a transferência de sigilo de registros e conteúdo relacionado à conta eduardo.gabinetesp@gmail.com . Análise suspensa conforme Medida Cautelar em Mandado de Segurança n. 37017.	Dep. Lídice da Mata	Não apreciado - Suspenso por decisão judicial
--	---	---------------------	---

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



382 / 09/03/2020 2020	Requer a transferência de sigilo dos registros de conexão, de acesso a aplicações de internet, acesso ao conteúdo armazenado no computador funcional, e-mail funcional e pastas no servidor da Câmara relativos às contas utilizadas pelo Gabinete 350 Anexo IV da Câmara dos Deputados. Análise suspensa conforme Medida Cautelar em Mandado de Segurança n. 37017.	Dep. Lídice da Mata	Não apreciado - Suspenso por decisão judicial
--	--	---------------------	---



CD/22239.71019-00

REQUERIMENTOS PREJUDICADOS E RETIRADOS

Nº	DATA DE APRESENTAÇÃO	EMENTA	AUTORIA	SITUAÇÃO
16 / 10/09/2019 2019	10/09/2019	Requer a apresentação e aprovação do Plano de Trabalho da CPMI - RETIRADO PELA AUTORA.	Dep. Lídice da Mata	Retirado Data: 18/09/2019
109 / 25/09/2019 2019	25/09/2019	Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que a ata da reunião do dia 17/09/2019 seja votado pelo processo nominal.	Dep. Filipe Barros	Prejudicado Data: 25/09/2019



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



<p>110 / 25/09/2019 2019</p>	<p>Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que a ata da reunião do dia 10/09/2019 seja votado pelo processo nominal.</p>	<p>Dep. Filipe Barros</p>	<p>Prejudicado Data: 25/09/2019</p>
<p>111 / 25/09/2019 2019</p>	<p>Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 81/2019 seja votado pelo processo nominal.</p>	<p>Dep. Caroline de Toni</p>	<p>Prejudicado Data: 25/09/2019</p>
<p>112 / 25/09/2019 2019</p>	<p>Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 83/2019 seja votado pelo processo nominal.</p>	<p>Dep. Caroline de Toni</p>	<p>Prejudicado Data: 25/09/2019</p>
<p>113 / 25/09/2019 2019</p>	<p>Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 44/2019 seja votado pelo processo nominal.</p>	<p>Dep. Caroline de Toni</p>	<p>Prejudicado Data: 25/09/2019</p>

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
#xEdit



114 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 27/2019 seja votado pelo processo nominal.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
115 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 36/2019 seja votado pelo processo nominal.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
116 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 38/2019 seja votado pelo processo nominal.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
eXEdit



117 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 39/2019 seja votado pelo processo nominal.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
118 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 40 do Regimento Comum do Congresso Nacional, o adiamento da votação por 48 horas do Req. 12/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
119 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 40/2019 seja votado pelo processo nominal.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
120 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 42/2019 seja votado pelo processo nominal.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



121 / 25/09/2019
2019

Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 43/2019 seja votado pelo processo nominal.

Dep. Caroline de Toni

Prejudicado
Data:
25/09/2019

122 / 25/09/2019
2019

Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 52/2019 seja votado pelo processo nominal.

Dep. Caroline de Toni

Prejudicado
Data:
25/09/2019

123 / 25/09/2019
2019

Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 53/2019 seja votado pelo processo nominal.

Dep. Caroline de Toni

Prejudicado
Data:
25/09/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



124 / 25/09/2019
2019

Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 54/2019 seja votado pelo processo nominal.

Dep. Caroline de Toni

Prejudicado
Data:
25/09/2019

125 / 25/09/2019
2019

Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 58/2019 seja votado pelo processo nominal.

Dep. Caroline de Toni

Prejudicado
Data:
25/09/2019

126 / 25/09/2019
2019

Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 61/2019 seja votado pelo processo nominal.

Dep. Caroline de Toni

Prejudicado
Data:
25/09/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



127 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 62/2019 seja votado pelo processo nominal.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
128 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 67/2019 seja votado pelo processo nominal.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
129 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 68/2019 seja votado pelo processo nominal.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
eXEdit



130 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 44, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, que o requerimento de inversão da Ordem do Dia para deliberar primeiramente sobre o Req. 95/2019 seja votado pelo processo nominal.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
131 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 58/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
132 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 61/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
133 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 62/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
eXEdit



<p>134 / 25/09/2019 2019</p>	<p>Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 67/2019.</p>	<p>Dep. Caroline de Toni</p>	<p>Prejudicado Data: 25/09/2019</p>
<p>135 / 25/09/2019 2019</p>	<p>Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 68/2019.</p>	<p>Dep. Caroline de Toni</p>	<p>Prejudicado Data: 25/09/2019</p>
<p>136 / 25/09/2019 2019</p>	<p>Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 95/2019.</p>	<p>Dep. Caroline de Toni</p>	<p>Prejudicado Data: 25/09/2019</p>
<p>137 / 25/09/2019 2019</p>	<p>Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 81/2019.</p>	<p>Dep. Caroline de Toni</p>	<p>Prejudicado Data: 25/09/2019</p>



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



138 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 83/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
139 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 40 do Regimento Comum do Congresso Nacional, o adiamento da votação por 48 horas do Req. 13/2019.	Dep. Filipe Barros	Prejudicado Data: 25/09/2019
141 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 40 do Regimento Comum do Congresso Nacional, o adiamento da votação por 48 horas do Req. 22/2019.	Dep. Filipe Barros	Prejudicado Data: 25/09/2019
142 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 40/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
143 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 39/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



144 / 2019 / 25/09/2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 38/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
145 / 2019 / 25/09/2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 44/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
146 / 2019 / 25/09/2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 27/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
147 / 2019 / 25/09/2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 36/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
eXEdit



149 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 43/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
150 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 52/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
151 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 53/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019
152 / 25/09/2019 2019	Requer, nos termos do art. 34, parágrafo único do Regimento Comum do Congresso Nacional, a inversão da Ordem do Dia da presente reunião, para deliberar primeiramente sobre o Req. 83/2019.	Dep. Caroline de Toni	Prejudicado Data: 25/09/2019

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *

 xEdit



213 / 10/10/2019 2019	Convoca os srs. Lindolfo Antônio Alves Neto, Flávia Alves e Marco Aurélio Carvalho para depor nesta CPMI.	Dep. Rui Falcão	Retirado Data: 15/10/2019
237 / 21/10/2019 2019	Convocação do Sr. Deputado Federal, Delegado Waldir, para prestar depoimento perante esta Comissão Parlamentar de Inquérito.	Sen. Rogério Carvalho	Retirado Data: 21/10/2019
238 / 21/10/2019 2019	Convocação da Sra. Deputada Federal, Joice Cristina Hasselmann, para prestar depoimento perante esta Comissão Parlamentar de Inquérito.	Sen. Rogério Carvalho	Retirado Data: 21/10/2019
247 / 23/10/2019 2019	Requer a votação em globo dos itens da pauta 21, 22, 23, 24, 25, 32, 33, 34, 35, 36, 38, 40, 42, 43, 44, 47, 49, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 62, 63 e 64.	Dep. Rui Falcão	Retirado Data: 23/10/2019
249 / 23/10/2019 2019	Requer a votação em globo dos requerimentos pautados ainda não deliberados.	Sen. Soraya Thronicke	Prejudicado Data: 23/10/2019
250 / 23/10/2019 2019	Convoca o Sr. Taiguara Fernandes de Sousa para depor nesta CPMI.	Dep. Filipe Barros	Retirado Data: 24/10/2019



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



257 / 30/10/2019
2019

Requer seja convidado o ex-senador Magno Malta.

Dep. José Medeiros

Retirado
Data:
11/03/2020

Requerimentos correlatos:

- **410 / 2020 - Convite**

262 / 30/10/2019
2019

Solicita que sejam convidados os Senhores Roberto Irineu Marinho, Ali Kamel, Carlos Henrique Schoeder, William Bonner e Wilson Witzel.

Dep. José Medeiros

Retirado
Data:
11/03/2020

Requerimentos correlatos:

- **411 / 2020 - Audiência Pública**

263 / 30/10/2019
2019

Solicita que sejam convidados Marcos Valério e Antônio Palocci.

Dep. José Medeiros

Retirado
Data:
11/03/2020

Requerimentos correlatos:

- **412 / 2020 - Audiência Pública**

267 / 05/11/2019
2019

Requer que seja convocado o Sr. Edson Pires Salomão para prestar depoimento.

Dep. Luizianne Lins

Retirado
Data:
28/05/2020

268 / 05/11/2019
2019

Requer que seja convocado o Sr. Gil Diniz para prestar depoimento.

Dep. Luizianne Lins

Retirado
Data:
28/05/2020

269 / 05/11/2019
2019

Requer que seja convocado o Sr. Douglas Garcia para prestar depoimento.

Dep. Luizianne Lins

Retirado
Data:
28/05/2020



301 / 11/12/2019 2019	Requerimento para retirar de pauta e tornar sem efeito os Requerimentos do Deputado Filipe Barros, que deixou de ser membro da Comissão:251 e 271.	Dep. Alexandre Frota	Prejudicado Data: 05/02/2020
302 / 11/12/2019 2019	Requerimento para retirar de pauta e tornar sem efeito o Requerimento do Deputado Eduardo Bolsonaro, que deixou de ser membro da Comissão: 272.	Dep. Alexandre Frota	Prejudicado Data: 05/02/2020
303 / 11/12/2019 2019	Requerimento para retirar de pauta e tornar sem efeito os Requerimentos da Deputada Caroline de Toni, que deixou de ser membro da Comissão: 163, 164, 165, 166, 173, 174, 175, 176, 177, 179, 181, 183, 184, 185, 188, 190, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 203, 204, 205, 255, 256 e 274.	Dep. Alexandre Frota	Prejudicado Data: 05/02/2020
316 / 05/02/2020 2020	Requer informações ao Whatsapp. Requerimento pendente de complementação de informação pelo autor.	Sen. Humberto Costa	Retirado Data: 09/03/2020
317 / 05/02/2020 2020	Requerimento de transferência de sigilo bancário da empresa Yacows. Requerimento pendente de complementação de	Sen. Humberto Costa	Retirado Data: 09/03/2020



CD/22239.71019-00



* CD 222397101900 *
ExEdit



informação pelo autor.

318 / 05/02/2020
2020

Requerimento de Sen. Retirado
transferência de sigilo Humberto Data:
bancário da empresa Kiplix. Costa 09/03/2020

Requerimento pendente de
complementação de
informação pelo autor.

319 / 05/02/2020
2020

Requerimento de Sen. Retirado
transferência de sigilo Humberto Data:
bancário e fiscal da empresa Costa 09/03/2020

SMS Marketing.
Requerimento pendente de
complementação de
informação pelo autor.

320 / 05/02/2020
2020

Requerimento de Sen. Retirado
transferência de sigilo Humberto Data:
bancário e fiscal da empresa Costa 09/03/2020

da QuickMobile.
Requerimento pendente de
complementação de
informação pelo autor.

321 / 05/02/2020
2020

Requerimento de Sen. Retirado
transferência de sigilo Humberto Data:
bancário da empresa Deep Costa 09/03/2020

Marketing. Requerimento
pendente de
complementação de
informação pelo autor.

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
#xEdit



322 / 05/02/2020 2020	Requerimento de Sen. Retirado transferência de sigilo Humberto Data: bancário da empresa Raposo Costa 09/03/2020 Fernandes. Requerimento pendente de complementação de informação pelo autor.
323 / 05/02/2020 2020	Requerimento de Sen. Retirado transferência de sigilo Humberto Data: bancário da empresa Dot Costa 09/03/2020 Groups. Requerimento pendente de complementação de informação pelo autor.
324 / 05/02/2020 2020	Requerimento de Sen. Retirado transferência de sigilo Humberto Data: bancário da empresa Croc Costa 09/03/2020 Services. Requerimento pendente de complementação de informação pelo autor.
325 / 05/02/2020 2020	Requerimento de Sen. Retirado transferência de sigilo Humberto Data: bancário da empresa AM4. Costa 09/03/2020 Requerimento pendente de complementação de informação pelo autor.
332 / 12/02/2020 2020	Requer a convocação da Dep. Retirado jornalista Patrícia Campos Carlos Data: Mello para prestar Jordy 19/02/2020 depoimento.



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



341 / 2020	19/02/2020	Requer convocação de Joyce Moreira Falete Mota para prestar depoimento nesta Comissão.	Dep. José Medeiros	Retirado Data: 11/03/2020
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 413 / 2020 - Convocação 		
342 / 2020	19/02/2020	Requer convocação de Miguel Corrêa para prestar depoimento nesta Comissão.	Dep. José Medeiros	Retirado Data: 11/03/2020
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 414 / 2020 - Convocação 		
357 / 2020	04/03/2020	Requer a quebra dos sigilos bancário, fiscal, telefônico e telemático da Sra. Patrícia Toledo de Campos Mello.	Dep. José Medeiros	Retirado Data: 11/03/2020
Requerimentos correlatos:		<ul style="list-style-type: none"> ● 415 / 2020 - Transferência de Sigilo 		
378 / 2020	09/03/2020	Requer obter, junto à empresa administradora da rede social “Twitter”, informações sobre a conta “@dudu112n” e o compartilhamento do conteúdo publicado por essa conta.	Dep. Natália Bonavides	Retirado Data: 06/04/2020

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



379 / 09/03/2020 2020	Requer obter, junto às empresas administradoras das redes sociais “Twitter”; “instagram” e “facebook”, a identificação de contas vinculadas a e-mail e telefones utilizados em solicitações de reembolso pelo gabinete do deputado federal Eduardo Bolsonaro.	Dep. Natália Bonavides	Retirado Data: 06/04/2020
385 / 09/03/2020 2020	Requer informações e quebra de sigilo de dados de contas de usuários do Instagram.	Dep. Túlio Gadêlha	Retirado Data: 06/04/2020
386 / 09/03/2020 2020	Requer a quebra de sigilo de dados e requisita informações de contas do google.	Dep. Túlio Gadêlha	Retirado Data: 06/04/2020
458 / 02/06/2020 2020	Requer que seja convocado o senhor, JOSÉ FÉLIX, Presidente da Claro Brasil.	Dep. Nereu Crispim	Retirado Data: 04/06/2020

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



CD/22239.71019-00

* CD 222397101900 *
eXEdit



AUDIÊNCIAS PÚBLICAS E OITIVAS

Durante os trabalhos desta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito foram realizadas diversas audiências públicas, com o intuito de dar voz a todos aqueles que, de alguma forma, poderiam auxiliar no entendimento das diversas nuances que rondam o tema “*fake news*”, assim como possibilitar a discussão sobre melhorias legislativas concernentes à matéria.

O inteiro teor dessas audiências pode ser consultado nas notas taquigráficas. Optamos, porém, por transcrever, neste Relatório, os trechos que consideramos mais importantes dessas audiências públicas.

Audiência Pública realizada no dia 22 de outubro de 2019, para debater o fenômeno das fake news na sociedade e na democracia.

Compareceram à audiência os seguintes convidados:

- a) Sr. Wilson Gomes, Doutor em Filosofia, Professor titular da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA).
- b) General de Divisão Guido Amin Naves, Comandante do Comando de Defesa Cibernética do Exército.
- c) Sr. Walter Capanema, Diretor de inovação e ensino na Smart3 Consultoria e Treinamento, Coordenador-geral e Professor do Curso de extensão em Direito Eletrônico da Escola de Magistratura do Estado do Rio de Janeiro.
- d) Sr. Daniel Bramatti, Presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), Editor do Estadão Dados (Núcleo de jornalismo de dados do jornal O Estado de São Paulo) e Editor do Estadão



Verifica.

Destacamos, nos esclarecimentos prestados, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9253>

O Sr. Wilson Gomes destacou que o tema fake news começou a aparecer no debate universitário em 2016, ao mesmo tempo em que apareceu na política. Segundo o palestrante, no início se achava que o tema seria mais anedótico e passageiro, como outros que existem na comunicação política. Depois, contudo, se começou a perceber que era um fenômeno persistente e que tinha muito mais relações, que ele era muito mais um sintoma de um conjunto de outros elementos do que realmente alguma coisa singular e passageira.

Em seguida, o expositor se dedicou a propor uma conceituação de fake news. Segundo ele, fake news frequentemente são confundidas com boatos, com rumores, com tentativas de destruição de reputação, tentativas de espalhar mentiras ou falsidades sobre adversários – isso é um fato fundamental da política desde sempre, da face ruim da política naturalmente. As verdadeiras fake news, para ele, teriam algumas características primordiais, a saber:

1) Em primeiro lugar, o fenômeno fake news seria um fenômeno de 2016 em diante. Portanto, se explicaria em face de fenômenos que estavam presentes em 2016. O primeiro deles era a hiperpolarização da política. Para Wilson Gomes, a política tem sempre uma dimensão de polarização, em alguns momentos mais, em outros, menos. E a polarização política seria definida como aquela situação em que as posições do centro ou as posições moderadas desaparecem, as pessoas desertam do centro e se concentram nos polos dos espectros políticos, seja conservador-liberal, seja esquerda-direita.



2) A hiperpolarização seria a situação encontrada no mundo em 2016 – no Brasil teria começado em 2015 –, que consistiu no abandono das posições medianas e nas pessoas muito extremadas politicamente.

3) O avanço da direita conservadora digital no mundo estaria em seu momento de ápice – o Brexit e a eleição de Trump seriam exemplos disso.

- As fake news, segundo o palestrante, seriam ainda resultado de mudanças nas condições sociais da comunicação. Ele ressaltou que, quando começou a estudar a internet, todo mundo dizia que não se falava de democracia digital, de governo digital, porque apenas 30% dos brasileiros estavam incluídos digitalmente. Hoje, contudo, a exclusão social no Brasil seria muito maior do que a exclusão digital e haveria muito mais pessoas incluídas digitalmente do que incluídas socialmente.

- Adicionalmente, teria ocorrido mudança na chamada situação de hiperconexão: segundo Wilson Gomes, teríamos uma geração de pessoas que jamais desligam seus celulares, os aparelhos. Não haveria mais o mundo online ou offline. Então, as pessoas estariam hiperconectadas, e isso aconteceria por causa das comunicações móveis e pela formação de ambientes digitais. Tratar-se-ia agora de ambientes de convivência, em que estão distribuídas identidades, recompensas na forma de distribuição de amor digital e de formação de grupos identitários e de bolhas.

- O fenômeno das fake news seria, ainda, criatura do universo digital, dependente de algumas condições, que são condições absolutamente digitais. Primeiro, dependeria de disseminação digital ou viralização, que é aquele tipo de dispersão que acontece por contágio: uma pessoa vai passando para a outra, um grupo chega ao outro, e assim as coisas são disseminadas. Segundo, haveria um nível de rapidez de produção e de velocidade de disseminação jamais alcançado. A escala de distribuição seria de alguns poucos minutos, e milhões de pessoas poderiam receber fake news distribuída desse modo. Além disso, qualquer pessoa, em qualquer circunstância, poderia distribuir.



- O palestrante ressaltou também que nunca houve um alcance tão grande dos conteúdos midiáticos. A experiência de falsificação de notícias, segundo ele, se conhece desde a Primeira Guerra Mundial, havendo documentação sobre isso. Mas hoje não haveria fronteiras, qualquer lugar poderia ser alcançado por fake news. Outro aspecto quanto a fake news como criatura digital seria uma capilaridade sem precedentes, ou seja, as barreiras tradicionais da comunicação não seriam um limite para fake news, nem as barreiras de classe social, nem as barreiras dos grotões e da distância dos centros. Em qualquer lugar, qualquer pessoa, em qualquer circunstância, com um smartphone e com WhatsApp em zero rating, seria capaz de receber um material dessa natureza.

- Wilson Gomes acrescentou que, até 2016, as fake news imitavam notícias da mídia – exatamente por isso receberam tal nome. Hoje, contudo, o fenômeno se expressaria em qualquer forma: textual, gráfica, como memes, todas essas formas peculiares de distribuição de fake news –; formas auditivas – os áudios circulam – portanto, a barreira do analfabetismo não é um problema para a distribuição de fake news –; audiovisual – os vídeos são distribuídos constantemente e intensamente. Então, todas as formas imagináveis seriam usadas para isso, muitas vezes sem sequer se tentar mais simular as notícias.

- Outra característica seria que as fake news são fabricadas, forjadas. Seriam, portanto, falsificações, alterações, distorções, fabricações e invenções de fatos. Haveria de tudo um pouco: distorção de atos verdadeiros, invenção de informações ou criações e meias verdades.

- Por fim, Wilson Gomes destacou que o problema das fake news não está apenas em sua falsidade, mas na malignidade dessas notícias falsas. Ele destacou que é possível até mesmo utilizar fatos verdadeiros para produzir um material que é maligno no sentido de que serve para destruir reputações, para expor pessoas a determinadas situações. Então, o importante não seria que a notícia seja falsa ou que o material seja falso, mas a malignidade política que faz parte disso. Wilson Gomes ressaltou que fake news não são parte do



jornalismo, embora o jornalismo tenha que se preocupar com fake news. Fake news seriam parte da política, e daquela parte da política que os pesquisadores da área de comunicação política chamam de *dirty politics*, a política suja, voltada para a destruição de imagem e de reputações.

Em seguida, o Sr. Daniel Bramati apresentou palestra sobre o Projeto Comprova. O Comprova, segundo o expositor, atuou durante três meses durante o período eleitoral, até o final do segundo turno. Nesse período, recebeu, por meio de um canal de WhatsApp, solicitações dos leitores, dos usuários de redes sociais, para que fosse feita a checagem de determinados conteúdos que eles consideravam suspeitos. A checagem foi realizada em 146 ocasiões, 146 textos, imagens e áudios foram avaliados e, em 92% dos casos, se constatou que esse conteúdo era falso, enganoso, e muitos tinham a intenção deliberada de enganar – um conteúdo malicioso.

Bramati enfatizou também que, em contato com pesquisadores do *First Draft* – entidade parceira do Comprova que pesquisa e combate o fenômeno da desinformação no mundo - uma das coisas que a entidade aprendeu foi a evitar o uso do termo fake news, por vários motivos. Um deles é que o termo não abarca a complexidade do problema, não abarca a complexidade da questão, ou seja, se coloca no mesmo pacote algo que pode ser sátira, algo que pode ser um conteúdo sem malícia, mas que é falso, ou mesmo um conteúdo que tem intenção de prejudicar. E cada um desses itens precisa ser devidamente rotulado, para não ficar tudo dentro de um pacote.

Mas o principal motivo que leva a Comprova a evitar o uso desse termo, segundo o palestrante, é que ele foi sequestrado pelos políticos, principalmente pelos políticos autoritários. Eles consideram e chamam de fake news tudo o que os desagrada, inclusive, e principalmente, o conteúdo produzido pelo jornalismo profissional e de qualidade. Bramati enfatizou também vários exemplos de governantes autoritários que usam esse termo, fake news, para atingir a imprensa sempre que possível. Ele também afirmou que esse fenômeno está acontecendo com frequência, havendo casos na África, na Ásia,



e chegando ao Brasil. Contudo, o expositor afirmou que, sempre que há uma oportunidade de se tentar combater esse problema com lei ou com Justiça, o jornalismo sai prejudicado.

Bramati afirmou ainda que a comunidade de jornalistas brasileiros que trabalha com a questão da desinformação entende que isso não se resolve com lei nem com Justiça. A sociedade brasileira, aos poucos, está tentando tomar iniciativas, a sociedade civil brasileira está tomando iniciativas para tentar combater esse problema. O Comprova, segundo o palestrante é uma dessas iniciativas. A organização teria vários veículos de mídia que criaram departamentos de verificação e checagem de fatos mesmo neste momento de crise da mídia. As redações, segundo o expositor, estariam superenxutas; neste momento, não se teria notícia de jornais e emissoras de TV que estejam em boa situação financeira, mas, mesmo assim, eles estariam investindo parte dos seus recursos para tentar combater um problema que não foi criado pelo jornalismo.

Daniel Bramati enfatizou, adicionalmente, que há iniciativas num campo importante, que é o da educação midiática. Como exemplo, citou o Instituto Palavra Aberta, - instituto da sociedade civil que estaria levando às escolas o ensinamento sobre o fenômeno da desinformação e sobre como a gente eleva o grau de desconfiança das pessoas em relação ao que é falso.

Um caso que, segundo o palestrante, teria alertado o meio jornalístico seria o que envolveu o Supremo Tribunal Federal. O episódio teria gerado surpresa e preocupação quando, num inquérito chamado Inquérito das Fake News, o STF determinou a retirada de uma reportagem do ar, uma reportagem da revista Crusoé, alegando que o conteúdo era falso. Por esse motivo, Daniel Bramati pediu uma reflexão, pois para ele colocar na mão de juízes definir o que é verdade e colocar o poder de restringir a circulação de informações e de ideias no Judiciário pode ocasionar riscos. O palestrante concluiu sua apresentação afirmando que desinformação não se resolve com lei nem com Justiça.



Na ordem, apresentou sua palestra o Sr. Guido Amin Naves. Ele enfatizou que sua apresentação abordaria temas mais técnicos, relativos às especificidades do seu trabalho. Segundo ele, o que chamamos de fake news hoje aconteceu com a explosão das tecnologias de informação e de comunicação. Isso teria aumentado grandemente a possibilidade de difusão dessas tipo de conteúdo. O fenômeno seria um problema muito complexo, e não seria de hoje. Para Amin Naves, antigamente nós tínhamos o que chamávamos de fofoca, que andava por aí, mas numa velocidade muito menor e com muito menos contundência. Hoje, teríamos até mesmo o que chamamos de deepfake, a inclusão da inteligência artificial nessas questões. Com essa tecnologia, segundo o palestrante, qualquer um de nós poderia ser colocado em um vídeo falando qualquer coisa, e até nossos familiares poderia jurar que somos nós mesmo, mesmo em um conteúdo falso.

Por isso, para o Sr. Guido Amin Naves, hoje ver e ouvir não é mais crer. Estaríamos agora na era da pós-verdade, na qual a prevalência do fato cederia espaço à prevalência da intenção de quem dissemina. Isso traria consequências graves, tanto do ponto de vista individual como coletivo, alterando o equilíbrio de poder entre Estados.

O expositor enfatizou que é bastante difícil classificar as ações hoje identificadas como fake news, por existir um espectro muito grande de atividades. Quando alguém, por exemplo, difunde alguma notícia falsa sobre alguém, uma calúnia, uma difamação ou coisa assim, de alcance em uma pessoa, estaríamos diante de um crime talvez, mas, quando isso chega à outra ponta do espectro, influenciando por exemplo as eleições de um país ou coisa que o valha, já se estaria mexendo no equilíbrio de poder entre Estados.

Nas pontas do espectro, seria relativamente fácil classificar crime ou ação contra o Estado. Se alguém, por exemplo, quebra o sistema de segurança de um banco qualquer e rouba lá dinheiro de alguns cliente, aquilo estaria numa ponta do espectro, aquilo é crime. Mas se alguém resolvesse, por



exemplo, invadir a Câmara de Compensação do Brasil, isso não seria só um crime, já poderia ser classificado como uma ação contra o Estado.

O Sr. Guido Amin Naves, em seguida, dedicou-se a situar onde nós estamos nessa questão. A questão cibernética no Brasil, segundo o palestrante, estaria organizada da seguinte forma. No nível político, os atores principais seriam o próprio GSI, a SAE, tratando de segurança de infraestruturas críticas, tais como energia elétrica, transportes, água, telecomunicações, controle de espaço aéreo, entre outros. Também fariam parte do sistema de proteção o Ministério da Defesa, o Estado-Maior Conjunto das Forças Armadas, as próprias Forças, atuando, entre outros, no ramo de defesa cibernética, em todo o espectro de atuação, da proteção, da exploração e do ataque. No nível operacional e tático, segundo Naves, estaria o comando, posicionado exatamente naquele local, entre o nível estratégico e o operacional, e atuando muito severamente em cooperação e integração com a segurança de infraestruturas críticas.

Apresentando slide no qual se representava o espectro de conflito, o Sr. Guido Naves enfatizou que, da esquerda para a direita, havia a designação de como as situações vão ficando mais incontroláveis, e se orienta um uso maior de força à medida que o conflito avança para a direita desse espectro. A defesa cibernética atuaria em todo o espectro apresentado pelo palestrante. O comando brasileiro, em sua visão, pretende ser com capacidade operacional plena, que não teríamos ainda, por ser um comando muito novo, com três anos de existência, ainda em fase de implantação. O palestrante afirmou que o País busca ter um comando operacional conjunto e interagências permanentemente ativado, da mesma forma que o nosso Comando de Defesa Aérea atua hoje no Brasil.

Com relação às nossas fake news, o Sr. Guido Naves ressaltou que há algumas características da atuação no espaço cibernético com influência nessa questão que é preciso ter em mente no momento em que tentamos combater esse tipo de coisa. Primeira: a dificuldade de atribuição. Seria muito difícil se



atribuir, com o adequado grau de certeza, uma ação a determinada organização ou pessoa, porque há meios de se anonimizar essa atuação. Assim, não se conseguiria simplesmente chegar e determinar, com razoável certeza, a autoria de uma ação como essa. Outra coisa é a facilidade de acesso a essas capacidades: elas são baratas, de fácil acesso, não demandam, às vezes, nem mesmo grande preparação técnica para que alguém consiga atuar dessa maneira.

O palestrante ressaltou ainda que, com o advento da inteligência artificial e da deepfake, ver e ouvir não são mais crer. Estaríamos na época da pós-verdade. “É aquele corolário que diz que, eventualmente, o fato é absolutamente irrelevante”, afirmou o palestrante, para depois concluir: “o que interessa é a versão que se tem dele, é a percepção que se tem dele. Isso é muito perigoso”.

De acordo com o Sr. Guido Naves, é muito difícil nós classificarmos essas ações num espectro entre um crime comum e um crime ou uma ação contra o Estado – e essa é a que mais preocupa o estamento de defesa do Estado. Para ele, é muito difícil fazer essa comparação, essa classificação e, assim, nos posicionarmos. Essa classificação seria importante para se definir que meios serão usados pelo Estado para combater isso.

Em relação às competências, o palestrante disse acreditar que já as temos bem estabelecidas entre polícia do Estado e órgãos de defesa do Estado. Por isso, seria importante que cada organização se mantivesse no seu âmbito de competência para que não houvesse problemas, como se diz na Marinha, de um cruzar a proa do outro e acabar dando problema. Nós teríamos atribuições já definidas no nosso marco legal para esse tipo de fenômeno.

Outro ponto ressaltado pelo Sr. Guido Naves foi a importância de se levar em consideração que, para classificar essa ação hostil e, assim, definir que elementos do Estado poderão ser usados, para combater essa anomalia, é necessário investigar a fundo a motivação e intenção do autor, as



consequências da ação, o próprio ativo que foi atacado e os próprios meios que o Estado vai usar para combater isso.

Ao concluir sua palestra, o expositor defendeu que os órgãos de defesa e segurança do Estado, certamente, precisam de agilidade e pronta resposta nesse combate. Isso significaria amparos legais, estruturas, meios e capacitação. Segundo ele, a pergunta que temos de responder é a seguinte: até onde pode ir o Estado em detrimento de um e em favor do coletivo? Segundo o Sr. Guido Naves, essa é uma discussão que acontece nos Estados Unidos, aqui e em todos os países de cunho democrático, enfim, com quem temos contato e participação e intercâmbio. Ele enfatizou que esta discussão é muito séria: enfim, até onde pode ir o poder do Estado contra determinadas pessoas, em detrimento dessas pessoas e em favor da coletividade? Tais discussões seriam um desafio para toda a Nação brasileira. Para o palestrante, questões relativas à segurança digital deveriam ser abordadas desde a escola fundamental, sendo preciso ensinar às crianças o que é uma senha, o que é a internet, que as pessoas não são necessariamente boas, como os pais e as mães, que as pessoas fazem coisas más. Tratar-se-ia de introduzir essa mentalidade desde a escola fundamental até a idade adulta, com essa educação verdadeira, para que possamos transacionar e nos relacionar vivendo, ninguém pode viver sem as benesses dessa tecnologia. Ao finalizar sua palestra, o Sr. Guido Naves ressaltou que precisamos ter segurança para viver neste mundo, e esse é um desafio para toda a Nação brasileira.

Em seguida, fez o uso da palavra o Sr. Walter Capanema. O expositor afirmou achar muito importante atual da fake news, porque nós verificamos que, cada vez mais, as pessoas utilizam a internet para tudo. Para Capanema, as pessoas estão esquecendo dos jornais, das televisões, das notícias e usando a internet, e a internet também teria se tornou a praça do debate político e das informações. E, se a vida está ocorrendo na internet, é lá também que de, certa forma, o mal vai buscar se procriar e se compartilhar.



Em relação a fake news, o palestrante afirmou achar importante apresentar um conceito. Para ele, para se combater fake news, a primeira coisa necessária é defini-la, porque, se não definirmos o mal que nós estamos buscando combater, haveria riscos de injustiças.

Em seguida, o Sr. Walter Capanema apresentou a sua definição: fake news seria a desinformação com a intenção de prejudicar alguém. Seria manusear a verdade, modificar verdade, criar uma mentira para trazer um prejuízo. Em um contexto eleitoral, a fake news poderia ter mais um elemento. Na fake news eleitoral, haveria o contexto ainda de beneficiar um candidato. Então, por exemplo, se um candidato na sua campanha alega que construiu 10 mil casas populares quando não construiu nenhuma, haveria também fake news, algo que merece ser combatido.

Para Walter Capanema, as fake news se utilizam, na internet, de todos os elementos possíveis, desde o antigo SMS, que hoje em dia pouca gente utiliza, passando por e-mails, redes sociais, WhatsApp e demais. Portanto, aí, ela teria um grande poder de compartilhamento. E esse compartilhamento aconteceria com uma intenção dolosa de pessoas que têm a necessidade e a vontade, a consciência, de compartilhar a mentira, ou com uma intenção às vezes inocente: a pessoa acharia que aquilo é verdade. E, às vezes, até teria aquela intenção: "eu não sei se é mentira, mas eu vou compartilhar" – achando que está transmitindo um conteúdo público, um conteúdo interessante.

O palestrante acrescentou que há ainda os famosos perfis falsos e os robôs, que são tão comuns, infelizmente, principalmente nas redes como o Twitter, em que eles utilizam palavras-chave ou frases-chave até mesmo para fazer ataques contra pessoas. Para ele, a questão fake news não é um fenômeno moderno ou um fenômeno digital. É um fenômeno que já é muito antigo. O Sr. Walter Capanema citou como um dos precedentes a Operação Fortitude, na Segunda Guerra Mundial, que foi uma operação de desinformação para que os aliados ocultassem por onde fariam a invasão à Normandia.



Já em relação às fake news contemporâneas, o palestrante citou as fake news das quais a vítima foi a Deputada Jandira Feghali, em um ataque de SMS que foi dirigido a pessoas específicas, e a alegação era que ela era contra a Igreja Católica, que ela não acreditava em Deus. Então, era fake news, mas fake news usando SMS.

Ao analisar os efeitos de fake news na sociedade, o expositor declarou que é importante falar que há uma quantidade muito grande de casos e de situações que mostram o quanto ela é perigosa. Citou como exemplos o boato que surgiu sobre o Bolsa Família, que teria sido cancelado, causando um caos social, e o caso da moça que foi assassinada em Guarujá – esse assassinato bárbaro foi transmitido pela internet, deu para ver a via-crúcis que ela sofreu por causa de um boato surgido em rede social –, ou, recentemente, um falso anúncio de fila de emprego em Niterói, causando um alvoroço, causando uma tristeza e uma decepção muito grandes nas pessoas que estavam procurando emprego.

O Sr. Walter Capanema ressaltou também que há uma preocupação do TSE em criar uma força-tarefa para combater fake news no contexto eleitoral. Para o palestrante, é interessante comentar isso porque houve o famoso escândalo da Cambridge Analytica, uma empresa inglesa que tem braços pelo mundo todo e que, usando as redes sociais, conseguiu criar fake news microgerenciadas, com microtargeting, para pessoas específicas. Ele lembrou ainda que o CEO do Facebook, Mark Zuckerberg foi chamado a depor em vários lugares e acabou não dando muitas informações sobre o quanto o Facebook tem poder para influir na propaganda eleitoral.

Em seguida, o Sr. Walter Capanema informou que a jornalista Carole Cadwalladr, do The Guardian, mostrou o quanto fake news acaba influenciando as eleições, como no caso do Brexit, em que uma determinada área da Inglaterra votou a favor da saída da União Europeia mesmo essa área tendo sido muito beneficiada pela União Europeia. Isso teria ocorrido por causa de fake news, conforme a jornalista apurou.



O expositor ressaltou que, para criar fake news, não se precisa de um grande conhecimento tecnológico. Basta, muitas vezes, utilizar uma informação, uma foto ou um dado verdadeiro e mudar o seu contexto, como no caso da Senadora Marina Silva, então candidata a Presidente: fez-se circular uma foto dela dizendo que ela teria feito invasões. Era uma foto na qual se informava, erroneamente, que ela fazendo invasões em fazendas quando, na realidade, era uma caminhada que ela estava coordenando, ou seja, era um ato positivo dela que foi usado no sentido negativo.

Mas, algumas vezes, é possível haver fake news com conteúdo mais tecnológico, como o caso do Vereador Tarcisio Motta, do Rio de Janeiro. Segundo o palestrante, foi realizada uma fake news sobre o vereador, uma verdadeira fotomontagem, simulando uma reportagem da TV Globo, dizendo que ele participaria de um rodízio de pizza, churrasco e sushi com eleitores, em Botafogo, ou seja, era uma forma de diminuí-lo, de desprezá-lo.

Para Walter Capanema, é importante mostrar também o perigo associado a fake news. Ele citou, como exemplo, o caso de pessoas da internet que são contrárias ao uso da vacina. Segundo ele, há indivíduos que afirmam na internet que as vacinas podem causar câncer, podem matar, dar cegueira, e a internet acaba sendo, assim, um grande manancial de transmissão dessas informações. Ele ressaltou ainda como é fácil transmitir fake news. No caso do WhatsApp, segundo Capanema, houve uma matéria que, de certa forma, parecia que era do G1, do Portal G1, dizendo que o Presidente Bolsonaro havia falecido em razão de um ataque. Na realidade, era tão somente uma foto montagem que fizeram com um endereço de internet falso.

Das normas aplicáveis às fake news, a mais importante, no entender do Sr. Walter Capanema, é a Constituição, ao estabelecer a liberdade de expressão, a liberdade de pensamento. Por outro lado, no seu entender, ela não dá muito limite, não estabelece até aonde vai a liberdade de expressão. O expositor declarou achar muito difícil e muito perigoso quando leis definem de



forma aberta o que seria a desobediência, o que seria o abuso, o que seria o absurdo. Citou, como exemplo, a calúnia no Código Penal, com uma pena muito pequena, de 6 meses a 2 anos. É um crime de menor potencial ofensivo para o qual não há prisão. Muitas vezes, de acordo com o expositor, alguns criminosos se gabam, numa audiência, dizendo: "Olha, foi pouco. Até valeu a pena. Pelo custo-benefício valeu ter te xingado." Então, acabaria não havendo a coerção. Haveria também a denúncia caluniosa, que é você dar motivo a uma investigação sem base na verdade.

Para o palestrante, é importante abordar especificamente o Código Eleitoral, que o art. 323 estabelece com crime, mas com uma pena muito pequena, divulgar na propaganda fatos que sabem inverídicos. Mas o seu parágrafo único coloca apenas um agravante: se o crime é praticado pela imprensa, rádio ou televisão. Nesse ponto, o palestrante sugeriu uma modificação legislativa para, além de se ter uma pena maior, ter-se também um agravante em relação à internet, que é o principal manancial de fake news.

Em seguida, o Sr. Walter Capanema questionou: "Nós devemos criminalizar o envio de fake news e a criação de perfis falsos?" para, em seguida, emitir sua opinião: "Acho isso muito complicado, porque, na realidade, criminalizar fake news também implica criminalizar quem compartilha sem dolo. E como você vai comprovar que aquela pessoa, que aquela senhora, que aquela dona de casa do interior do País, tinha o dolo, tinha vontade de divulgar fake news? Isso é muito difícil. Eu acho que isso vai trazer um efeito resfriador à nossa liberdade de expressão. As pessoas vão ter medo de se expressar".

Ainda assim, o expositor afirmou que existem medidas efetivas para o combate às fake news, sem que isso implique ameaças à liberdade de expressão. Para ele, além de definir o que é fake news e de alterar o art. 323 do Código Eleitoral para incluir as informações falsas difundidas por meio da internet, é necessário definir sanções, formas de combate e medidas coercitivas, entre outras. Além disso, o sr. Walter Capanema observou que são necessários cooperação das empresas de internet, capacitação das empresas



do Poder Público e da sociedade, e a adesão formal do Brasil à Convenção de Budapeste.

Audiência Pública realizada no dia 29 de outubro de 2019, para debater a prática do cyberbullying e os seus efeitos deletérios para os indivíduos e a sociedade, as fake news, a democracia e as eleições.

Compareceram à audiência os seguintes convidados:

- a) Sr. Alessandro Barreto, Delegado de Polícia Civil;
- b) Thiago Taveres Nunes de Oliveira, representante da SaferNet.
- c) Carlos Felipe Almeida D'Oliveira, representante da Associação Brasileira de Estudos e Prevenção do Suicídio.

Destacamos, nos esclarecimentos prestados, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico:
<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9314>

Iniciou os trabalhos o Sr. Thiago Taveres Nunes de Oliveira, representante da SaferNet Brasil. O expositor apresentou palestra organizada em três tópicos, dois grandes eixos, e um resumo sobre a atuação institucional da SaferNet. Inicialmente, ele ressaltou que a SaferNet Brasil é uma organização civil sem fins lucrativos, sem qualquer tipo de vinculação político-partidária, nem religiosa e nem ideológica, fundada há quase 15 anos atrás, por professores e pesquisadores do Departamento de Ciências da Computação e



da Faculdade de Direito da Universidade Federal da Bahia e da Universidade Católica, também em Salvador, que atua internacionalmente através da rede Inhope, que é uma associação internacional que tem sede em Amsterdam, na Holanda. A Inhope existe desde 1999, foi fundada pela Comissão Europeia e até hoje é financiada pela Comissão Europeia e que atua na coordenação de hotlines ou canais de denúncia em 48 países.

No Brasil, segundo Thiago Oliveira, a SaferNet responsável pelo hotline brasileiro que é acessado pelo denuncie.org.br. Ele ressaltou que a organização recebe denúncias anônimas de 10 categorias de crimes e violações a direitos fundamentais, desde crimes sexuais contra crianças e adolescentes até tráfico de pessoas e outros crimes relacionados à dignidade humana, como por exemplo o racismo, a xenofobia, a discriminação e intolerância, apologia e incitação a crimes contra a vida, que incluem páginas que fazem incitação ao suicídio, à automutilação e a outros atos de violência.

De acordo com dados apresentados pelo expositor, a SaferNet Brasil recebeu quase quatro milhões de denúncias anônimas, em 12 anos, e mais de 700 mil páginas foram denunciadas nesse período, quase 250 mil foram removidas, e há páginas hospedadas em mais de 100 países, o que mostraria a importância da cooperação internacional nessa área. Ainda de acordo com esses dados, mais da metade das denúncias seriam referentes a crimes de ódio, ou seja, conteúdos que pregam o extermínio ou a eliminação de pessoas em razão da sua raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional, ou também orientação sexual. Esses crimes viriam sendo praticados no País, representando mais da metade das quatro milhões de denúncias recebidas pela entidade.

A SaferNet também oferece, segundo o Senhor Thiago Oliveira, um serviço gratuito de orientação a crianças, adolescentes, jovens e também professores e adultos que estejam vivenciando alguma situação de risco na internet. Assim, situações de cyberbullying, situações de vazamento de nudes, problemas com questões de dados pessoais, privacidade, ofensas e etcétera



estariam incluídos entre os temas abordados neste serviço gratuito. O palestrante ressaltou ainda que a SaferNet tem uma equipe de psicólogos que trabalham diariamente atendendo esses casos e orientando essas vítimas sobre o que fazer e também acolhendo os relatos e oferecendo ali aquele apoio emergencial em situações de grave risco à dignidade ou à integridade dessas pessoas. Ele também ressaltou que a entidade que representa contribuiu com o esforço do Tribunal Superior Eleitoral quando da constituição de um conselho consultivo sobre Internet e Eleições, que funcionou entre 2017 e 2018, com um assento em tal conselho, participando assim das dez reuniões que foram convocadas pelo TSE, como também dos dois seminários internacionais realizados pelo tribunal para discutir a questão. Ao fim desses trabalhos, segundo o Sr. Thiago Oliveira, a SaferNet submeteu duas contribuições por escrito, com um total de 22 recomendações concretas ao TSE, ao WhatsApp e a outras empresas de internet.

Em relação aos temas fake news, democracia e eleições, o Sr. Thiago Oliveira ressaltou que se tratam de temas muito amplos, que se relacionam com várias questões e desafios que estão colocados no campo não só da política, mas sobretudo da segurança cibernética, da proteção de dados, da própria noção de ambiente e ecossistema informacional. Segundo ele, a literatura mais consolidada e evoluída trata da questão a partir do conceito da desordem informacional. Ou seja, uma desordem informacional que pode ser didaticamente aí subdividida em alguns clusters temáticos, que vão desde a desinformação em si, como conteúdos que são tirados de contexto ou conteúdos manipulados ou conteúdos fabricados, até a chamada mal informação ou misinformation, que é aquele conteúdo que é criado com o objetivo de provocar um dano. E aí, nessa misinformation, estariam incluídos o discurso de ódio e também as tentativas de assédio, de intimidação, de vazamento de dados e de credenciais de acesso.

Para o Sr. Thiago Oliveira, a desinformação seria um fenômeno global, e não apenas um fenômeno brasileiro. Todos os países, segundo ele, estão se debruçando sobre esse desafio. Citou como exemplo os Estados Unidos, onde



o Pew Research Center, que é um dos principais think tanks responsáveis por pesquisas de ponta nessa área, junto à população, detectaram que 64% dos americanos revelaram sofrer de uma grande confusão em relação a fatos básicos.

Então, por exemplo, fatos no campo da saúde. Vacina, por exemplo. Vacina faz bem ou faz mal? Vacina dá câncer? Bicarbonato de sódio, se passar na pele, ajuda a curar o câncer? Esse tipo de informação, que seria impensável tempos atrás, hoje encontra uma grande parcela da população que não tem segurança, não tem certeza sobre esses fatos, esses conceitos básicos.

O palestrante afirmou que o Datafolha fez uma pesquisa recente e revelou que 11% da população brasileira acredita que a Terra é plana, e não redonda. Isso mostraria o potencial de manipulação que a desinformação pode causar.

Em contextos eleitorais, e aqui são dados da eleição americana de 2016, o expositor citou exemplos de histórias que foram fabricadas e veiculadas no formato de notícias, que tiveram grande engajamento e adesão. Então, casos aí que se tornaram célebres. O Papa Francisco teria chocado o mundo ao endossar a campanha presidencial do Donald Trump, etc. e vários outros exemplos aí que foram veiculados na época.

E essa questão, segundo o Sr. Thiago Oliveira, está muito bem descrita em documento recente publicado pela Hande Corporation, a maior consultoria na área de defesa que existe no mundo. Eles publicaram um documento há cerca de dois meses, com mais de 340 páginas, que procura descrever, em detalhes, o modus operandi, a tipologia, as definições e os conceitos básicos para entender como essa desordem informacional e o ambiente informacional podem ser manipulados a partir de técnicas e táticas já bem consolidadas.

Outra referência apresentada pelo palestrante foi da Universidade de Oxford. Em relatório publicado, há poucos meses, ele revelou que, em 2019, cerca de 70 países já se utilizam dessa estratégia de manipulação e



desinformação com o objetivo de influenciar o contexto interno, mas também, em alguns casos, influenciar o contexto externo. Nesse estudo, que está disponível online, é possível perceber, por exemplo, que existe um conjunto de sete países, que oficialmente já foram atribuídos, inclusive pelas grandes plataformas que são vítimas desse tipo de manipulação, como origem de grandes campanhas de desinformação, de desestabilização e de interferência externa. São eles: Venezuela, Arábia Saudita, Rússia, Paquistão e Irã, Índia e China.

Esses países, de acordo com o Sr. Thiago Oliveira, têm atuado concretamente no uso da manipulação de redes sociais tanto no ambiente interno quanto no ambiente para interferência externa. O relatório não é exaustivo e os pesquisadores são muito rigorosos em termos metodológicos e eles deixam claro não só a metodologia, mas também as conclusões a que eles chegam, que são todas elas suportadas por evidências concretas. Então, como eles não conseguiram evidências concretas em outros países, eles se limitaram a mencionar esses sete, que são sete países, cujas empresas Twitter e Facebook já publicaram statements, reconhecendo a desativação de redes coordenadas de comportamento não autêntico, ou seja, automatizado.

Nesse levantamento, segundo o palestrante, existem muitos dados sobre o Brasil: 87%, em dados gerais, desses países, utilizam contas operadas por humanos; 80% dos países têm usado contas operadoras por robôs; 11% dos países têm usado contas operadas por ciborgues, que é uma mescla, têm uma parte humana e uma parte automatizada por robô; e 7% têm usado dados roubados ou contas comprometidas, como vazamentos de dados, invasões, etc e tal.

O expositor ressaltou também que 71% dos países têm utilizado desta estratégia para disseminar e amplificar propaganda pró-governo ou pró-partido, ou seja, uma iniciativa partidária ou governamental, e 89% têm usado a propaganda computacional para atacar opositores políticos. Então, essa é uma tática que tem se disseminado no mundo inteiro – lembrando que esse



levantamento aqui é referente a 70 países. O relatório também revelaria que 75% dos países têm usado a desinformação e a manipulação de mídia para manipular usuários da rede; 68% dos países também têm usado state sponsors, ou seja, mecanismos que são verbas públicas, para atingir os seus alvos, que incluem dissidentes políticos, e também oposição à imprensa profissional e perseguição a jornalistas, e 73% têm usado mecanismos de amplificação de mensagens e conteúdo, sobretudo através de sequestro e flooding de hashtags.

O Sr. Thiago Oliveira declarou que, no contexto político, em eleições existentes no Canadá, no Brexit, na Inglaterra e nos Estados Unidos, a propaganda computacional pode ser usada como um instrumento efetivo de manipulação do eleitor. E o modus operandi é muito simples, até. O expositor apresentou, então, em sete passos o que fazer para amplificar essas mensagens. Então, primeiro você identifica uma audiência que seja alvo: você identifica o alvo, a partir de análise de dados. A partir daí, no item 2, você cria um conteúdo inflamatório e injeta esse conteúdo inflamatório numa câmara de eco ou numa bolha. Isso fará com que haja interação, ou seja, vai gerar interação: muita gente vai curtir, outros vão compartilhar, outros vão contestar, outros vão reagir. Essas interações são entendidas pelos algoritmos da plataforma como sinal de relevância e de autoridade daquele perfil daquele usuário.

Isso serviria para que os algoritmos sejam manipulados a acreditar que aquele conteúdo e aquela conta têm uma relevância maior – os conteúdos postados por aquela conta tenham uma relevância maior do que os demais –, de modo que os próximos conteúdos terão uma relevância orgânica maior do que os conteúdos anteriores. Ou seja, eles exploram o próprio mecanismo de funcionamento dos algoritmos. E a sequência: você então mobiliza os seguidores para uma ação, que pode ser coordenada ou não coordenada e atinge aquilo que se chama de estágio de escândalo; ou seja, ao criar-se um escândalo por conta do conteúdo inflamatório e por conta da repercussão, você



acaba ganhando atenção da mídia tradicional, e com isso você obtém mídia espontânea e passa a ser o assunto do momento.

Então, poderia estar acontecendo qualquer coisa no País, mas ninguém falararia mais nada a não ser repercutir aquele assunto, aquele conteúdo inflamatório que atingiu instituições, que atacou adversários ou que estigmatizou minorias ou o que seja. Por fim, item 7, você vai aprender com a experiência, revisar, adaptar e repeti-la, entrando num processo de looping que vai manter o modelo funcionando.

Contudo, segundo o Sr. Thiago Oliveira, nada disso seria possível sem acesso a dados pessoais. Ele declarou que o dado pessoal é a matéria-prima para estratégias de manipulação de redes sociais e estratégias de campanhas massivas de desinformação. Dados pessoais existem em abundância. Infelizmente, existem vazamentos de dados diários, por mais que as empresas se esforcem em garantir a segurança da sua infraestrutura, há todo um mercado paralelo de crackers, de criminosos que estão desenvolvendo técnicas para tentar invadir esses servidores, descobrir vulnerabilidades; pesquisadores que estão desenvolvendo softwares, empresas que estão ganhando muito dinheiro pesquisando vulnerabilidades em sistemas, explorando essas vulnerabilidades. Inclusive, muitas dessas empresas são financiadas pelo Poder Público, porque há uma corrida no mundo para estocar vulnerabilidades por governos. Ou seja, que querem explorar vulnerabilidades em sistemas. E, apenas em relação a dados sensíveis, esses são os números mais recentes. As maiores empresas do mundo já foram alvo desse tipo de vazamento. Uma vez obtidos esses dados aplicam-se ferramentas analytics, de análise de dados, de big data e de microtargets. Ou seja de perfilamento e de micro impulsionamento.

Segundo o expositor, um indivíduo começa a desenvolver um mecanismo que se vale muito de psicometria, que é uma área da Psicologia que estuda categorias de personalidades humanas e começa a segmentar, no contexto eleitoral, eleitores a partir de grupos de preferências, e não mais



apenas a partir de indicações geográficas. E essa metodologia teria sido desenvolvida e aplicada pela Cambridge Analytica em vários países, de forma bem sucedida, ganhando notoriedade a partir da eleição americana.

Uma das razões que mostraria a eficácia da estratégia, segundo o expositor, é o grande engajamento em redes sociais como uma condição para que a estratégia seja eficaz e a produção de conteúdos falsos. Na eleição americana, conteúdos falsos, veiculados na forma de supostas notícias, tiveram engajamento maior do que toda a produção jornalista profissional feita pelos veículos americanos nesse período, de fevereiro até o dia da eleição, em agosto.

O Sr. Thiago Oliveira questionou: o que esperar, então, das eleições municipais de 2020? Para ele, as eleições de 2020 são muito diferentes das eleições gerais. Ela é uma eleição muito mais fragmentada e uma eleição muito mais difusa. Desse modo, segundo ele, a SaferNet entende que está havendo e haverá uma tentativa de emular o modelo de segmentação e o modelo de microtargeting inaugurado ali pela Cambridge Analytica. Declarou ainda que a SaferNet tem evidências concretas disso – entre elas uma apresentação de uma empresa brasileira que tem sede em Brasília. Tal apresentação vaou na imprensa internacional e mostra exatamente a mesma coisa, ou seja, trabalhar com psicométrica, técnicas de psicométrica e técnicas de microtargeting para fazer chegar, mobilizar audiências e gerar interações em redes sociais, nas quais existem potenciais eleitores dispostos a atuar como embaixadores do Governo ou fazer chegar essas mensagens em echo chambers ou câmaras de eco, onde ela tenha maior possibilidade de propagação.

O expositor ressaltou que a metodologia não tem uma matriz ideológica, ou seja, pode acontecer nos dois espectros ou nos "n" espectros políticos. Isso aqui é um método, o método pode ser usado para qualquer coisa, pode ser usado na área de saúde, na área de segurança, na área política. O método é o método, ele é agnóstico em relação ao conteúdo e ao propósito. Seria baseado no mesmo modelo psicométrico que é utilizado pela Cambridge Analytica, que



foi baseado num pesquisador da Universidade de Cambridge chamado Alexander Kruger.

No caso brasileiro, o foco maior, de acordo com o palestrante, é em relação ao WhatsApp. Não porque o WhatsApp seja uma ferramenta criada para isso ou propícia para isso, mas simplesmente porque é a ferramenta que é líder de mercado. Se nós tivéssemos outro aplicativo com a mesma base de usuários do WhatsApp ou tivesse a mesma liderança que o WhatsApp tem no mercado brasileiro, certamente, segundo ele, esse aplicativo seria o alvo dessas campanhas de manipulação e também de uso indevido e ilícito da aplicação.

De acordo com o Sr. Thiago Oliveira, existe também uma tendência à criação de data lakes nos municípios. Os data lakes seriam formas de coletar uma grande quantidade de dados não estruturados e utilizar ferramentas de machine learning, de aprendizado de máquina, e também de analytics para extrair dali informações em tempo real e utilizar essas informações acopladas a outras ferramentas de microtargeting e de impulsionamento e amplificação de conteúdos.

No caso brasileiro, de acordo com o expositor, esses serviços hoje são oferecidos a preços módicos. Existiriam vários serviços na nuvem que são oferecidos, incluindo data lake usando a cloud, infraestruturas de cloud, a um preço módico; e as ferramentas de analytics, de análise, e machine learning também estão disponíveis na mesma cloud a preço módico.

De acordo com o Sr. Thiago Oliveira, a fonte dos dados está muito dispersa. Enquanto as empresas, as grandes plataformas, estão fazendo um esforço enorme para restringir o acesso às suas APIs, restringir o acesso a dados pessoais, responder de forma eficiente e convincente no mundo inteiro ao escândalo revelado após a Cambridge Analytica e a preocupação do mundo inteiro em relação à manipulação de processos eleitorais que, como eu mencionei no início da minha apresentação, não tem ocorrido só aqui, mas no mundo inteiro está sendo assim. Então, enquanto o foco estaria todo voltado



para as grandes plataformas, Google, Facebook, Instagram, Twitter e WhatsApp, ninguém estaria olhando para outra fonte rica de dados que são por onde os dados passam, os dutos por onde os dados passam, que são os provedores de acesso.

De acordo com o palestrante, é possível criar data lakes a partir de conexões de acesso à internet. E no caso brasileiro, nós teríamos uma característica bem particular: é que um terço, quase 40%, hoje, das conexões à internet no Brasil seriam prestadas por pequenas e médias empresas, pequenos e médios provedores. E esses pequenos e médios provedores têm uma atuação no município. Eles não teriam uma atuação como a Vivo, a Claro ou a Oi, que atuam no País inteiro e têm uma regulação pesada da Anatel, fiscalização, equipamentos de segurança, ou seja, têm toda uma estratégia e obrigações de compliance que eles precisam seguir.

Os pequenos e médios provedores não estariam, assim, submetidos à mesma carga regulatória. Isso criaria uma vulnerabilidade, que é a possibilidade de ter um pequeno provedor no interior, criando seu próprio data lake e usando dados da população do município para estratégias de microtargets, estratégias de segmentação e distribuição de propaganda computacional no período eleitoral.

O palestrante, a seguir, apresentou uma pesquisa do Comitê Gestor da Internet, que é feita com os provedores, essa pesquisa é feita a cada três anos, então o último dado disponível é de 2017. Naquela época existiam 6.618 pequenas e médias empresas provendo acesso à internet no País. Hoje esse número passaria de dez mil pequenas e médias empresas. O perfil dessas empresas seria o seguinte: 88% são micro e pequenas empresas, de uma a 49 pessoas ocupadas, a distribuição das regiões do País, 85% delas seriam optantes do Simples Nacional, mas o fato é que essas empresas são responsáveis por conectar o usuário final e têm a possibilidade de visualizar boa parte do tráfego que passa em suas redes, e esse tráfego pode ser redirecionado para uma infraestrutura de cloud computing e criação de um data



lake para perfilamento e acoplamento a ferramentas de analytics e machine learning e o uso disso durante a campanha eleitoral, que vai acontecer nos Municípios; e aos dados dos eleitores, muitas dessas empresas têm acesso, devido à atuação municipal.

Por fim, o Sr. Thiago Oliveira apresentou o terceiro eixo, cyberbullying e os ataques à dignidade humana. Aqui, segundo ele, é fundamental fazer uma distinção, porque o cyberbullying pode ser visto de duas formas. Se ele for visto dentro dessa estratégia de manipulação hostil de redes sociais, ele vai aparecer como uma das táticas usadas para intimidação de oponentes políticos, de adversários políticos, de jornalistas, de organizações do terceiro setor. Enfim, qualquer alvo de instituições da República, qualquer alvo que represente uma ameaça aos meus interesses pode ser alvo de um cyberbullying. Mas isso é dentro desse framework de análise.

O outro caso de cyberbullying, que é o caso atendido na SaferNet, são de crianças que estão sendo vítimas de cyberbullying por outras razões que não têm nenhuma relação com política nem disputa partidária, disputa política, o que seja. São casos que acontecem em escolas e normalmente o autor e a vítima têm a mesma idade e estão na faixa etária de adolescentes ou pré-adolescentes. E as respostas a esses dois fenômenos são necessariamente diferentes.

Então, segundo o expositor, esse é o nosso foco. A SaferNet não recebe outros tipos de denúncia. Aqui tem os dados relativos ao primeiro e ao segundo turno da eleição do ano passado, ou seja, quais denúncias foram formuladas naquela ocasião. Todos os casos já foram apurados ou estão em apuração pelo Ministério Público Federal.

Durante o período eleitoral, segundo o expositor, e isso não foi na eleição passada, nas eleições anteriores também aconteceu, houve um aumento muito significativo no número de denúncias relacionadas a crimes de ódio, preconceito, intolerância, discriminação. E a análise da série histórica comprovaria que esse período é um período em que há uma maior polarização



da sociedade, dos usuários e, muitas vezes, essa polarização transborda para crime de racismo, de intolerância, etc.

Por fim, O Sr. Thiago Oliveira ressaltou que a abordagem da SaferNet tem sido com foco em educação. É dessa forma a entidade abordaria a questão do cyberbullying. Ele apresentou módulo sobre cyberbullying num curso EAD oferecido gratuitamente pela SaferNet para professores da rede pública ou privada de ensino. Segundo o expositor, já são mais de 21 mil professores matriculados em todo o País, em mais de dez Estados, em uma iniciativa em parceria com o Google. Apresentou também outra iniciativa, também de prevenção ao bullying, dessa vez em parceria com Instagram, Facebook e Unicef, que procura conscientizar adolescentes e pré-adolescentes sobre a importância de se combater o bullying.

Essas atividades, ressaltou o Sr. Thiago Oliveira, acontecem não só nas próprias redes sociais, na própria internet, mas também fisicamente nas escolas, em todas as 27 unidades da Federação, por meio de oficinas, palestras de sensibilização e conscientização sobre o uso ético, seguro e responsável da internet.

Em conclusão, o palestrante afirmou que não existe uma bala de prata. A experiência internacional, segundo ele, tem mostrado isso e as tentativas, algumas vezes açodadas, de criminalizar, por exemplo, o envio de conteúdos falsos se têm revelado um grande tiro no pé, porque isso põe em risco a liberdade de expressão, a liberdade de imprensa, a liberdade de opinião. Ele afirmou não estar falando de notícias imprecisas, de notícias mal apuradas, de notícias de baixa qualidade, e sim de algo muito maior, que envolve a utilização massiva de dados pessoais para perfilamento, usando técnicas de psicometria para a amplificação de conteúdos que são deliberadamente criados com o objetivo de manipular algoritmos, de manipular percepções, de gerar engajamento, isso tudo parte de um framework, que está bem descrito nos estudos científicos internacionais. Isso faria parte de uma metodologia que é bem conhecida, cujos propósitos e finalidades e impactos podem se dar tanto



no campo da política, mas também no campo da segurança pública e no campo da saúde, com o exemplo do Movimento Antivacina.

O expositor citou como exemplo o que aconteceu durante o processo de anexação da Crimeia. As campanhas de desinformação promovidas pela Rússia, segundo o expositor, tiveram um papel decisivo naquele processo. Para comprovar tal fato, bastaria observar o que a Europa está fazendo, desde 2015, no monitoramento das campanhas de desinformação, que têm origem em Estados estrangeiros. No caso europeu, sobretudo a Rússia. Mas a China agora, por exemplo, estaria engajada diretamente numa campanha em relação à população de Hong Kong.

Em conclusão, o Sr. Thiago Oliveira afirmou que o foco deve-se concentrar nas estratégias multissetoriais. São essas, segundo ele, que se revelaram as mais bem-sucedidas ao redor do mundo e que procuram aumentar a capacidade de as instituições detectarem esse tipo de interferência e manipulação, responderem em tempo hábil e fortalecerem o accountability e a transparência das empresas que são vítimas desse processo. Afinal de contas, segundo ele, não existiria empresa que deseje deliberadamente ter os seus serviços utilizados para essa natureza. Essa seria uma estratégia que pode surtir efeitos de curto prazo; e, no longo prazo, aperfeiçoar a educação e investir nela para o uso ético, seguro e responsável da internet.

Em seguida, foi a vez do Sr. Alessandro Barreto apresentar sua palestra. Inicialmente, ele descreveu as atividades levadas a cabo pelo Laboratório de Operações Cibernéticas da Secretaria de Operações Integradas. Segundo ele, um foco importante da atividade do órgão é a proteção de crianças e adolescentes online.

Segundo o expositor, na Secretaria de Operações Integradas funciona o Laboratório de Operações Cibernéticas. Esse laboratório vem desenvolvendo há algum tempo ações notadamente de proteção a crianças e adolescentes que são abusadas e exploradas on-line. Uma dessas ações desenvolvidas é a Operação Luz na Infância. A Operação Luz na Infância visa à proteção de



crianças e adolescentes on-line e tem identificado diversos indivíduos pelo País que estão notadamente armazenando conteúdo relacionado a abuso e exploração.

O laboratório, segundo o expositor, produz pacotes acionáveis e envia para os Estados, informando dados, indícios de autoria e materialidade de crimes cometidos on-line. Os Estados, por sua vez, instauram as investigações, identificam os responsáveis e solicitam mandados de busca e apreensão. Segundo o Sr. Alessandro Barreto, crimes gravíssimos são cometidos: crianças abusadas desde os dois anos de idade, imagens, vídeos, fotografias de crianças que são exploradas. Em alguns casos, o Laboratório de Operações Cibernéticas chegou a encontrar manuais com o título, por exemplo: Como fazer amor infantil, Como abordar crianças, qual idade, qual engenharia social aplicada.

Nesse contexto, de acordo com o palestrante, foram desenvolvidas cinco ações. A primeira em 20 de outubro de 2017; a segunda em 17 de maio, que foi a maior ação já realizada no Planeta contra abuso e exploração sexual infantil; dia 22 de novembro, a terceira fase foi em cooperação Brasil-Argentina; quarta fase, em março de 2019, todos os Estados da Federação participaram; e a quinta fase ocorreu em setembro de 2019, com a participação de sete países, incluindo Brasil, Estados Unidos, El Salvador, Panamá e Chile

No cenário das buscas e apreensões realizadas, segundo Alessandro Barreto, houve quase 600 pessoas presas em flagrante, indivíduos acima de qualquer suspeita que estavam cometendo crimes foram identificados, e as investigações estão em andamento. Ele mostrou que o perfil etário dos criminosos é variado, indo de pessoas de 17 a pessoas com mais de 70 anos, e com as mais diversas profissões.

Segundo Alessandro Barreto, a legislação impõe barreiras importantes à ação de prevenção aos crimes cibernéticos. Algumas coisas, no seu entender, precisam ser aperfeiçoadas. Mas, inicialmente, o expositor se concentrou em explicar a arquitetura de funcionamento da Internet, por meio de uma analogia.



Segundo ele, para acessar a internet, é como se estivéssemos entrando no Senado, precisando passar pela portaria, precisando de uma identificação, precisando de de um número de IP válido. Esse número de IP válido não traz conteúdo, é como se fosse uma identificação. Por exemplo, vou entrar na sala do Facebook, eu tenho que digitar facebook.com, coloco meu login e senha. Na hora em que entro na sala do Facebook, ele vai pegar meu IP, vai guardar meu IP.

De acordo com o expositor, nos casos em que é necessário obter da aplicação um IP de usuário, é necessário ordem judicial. Ele ressaltou que o IP não carrega conteúdo e, no seu entender, não é necessário ordem judicial, mas, da forma como a legislação está escrita, é necessária ordem judicial para isso. Então, uma das alternativas apresentadas pelo Sr. Alessandro Barreto foi que, nos casos de abuso e exploração sexual infantil, fosse proposta uma adequação da legislação para não precisar de ordem judicial.

O expositor ressaltou que existe uma iniciativa muito boa do Facebook para os casos de prevenção ao suicídio, cyberbullying, automutilação, em que eles identificam, o algoritmo deles consegue identificar as pessoas que fazem postagens suicidas ou de automutilação. Ele ressaltou que o seu setor já foi acionado por quase uma centena de vezes e sempre está localizando essas pessoas que postam conteúdo.

O Sr. Alessandro Barreto destacou haver um projeto de lei em andamento, de autoria do Deputado Marcos Sampaio, do MDB do Piauí, que propõe, na forma da legislação americana, em alguns casos emergenciais, por exemplo, terrorismo, risco da integridade física, risco de morte, abuso e exploração sexual infantil, que as aplicações forneçam dados de IP, geolocalização, sem necessidade de ordem judicial. Segundo o expositor, isso funcionaria muito bem na lei americana. Algumas aplicações americanas que fornecem serviço para o Brasil, segundo ele, utilizam essa legislação para salvar vidas.



O expositor declarou, ainda, que as penas para abuso e exploração sexual infantojuvenil no País são pequenas. Na América do Sul e América Central, segundo ele, só a Argentina tem pena menor. Alguns países têm 10 a 20 anos, outros têm 20 anos, alguns 30 anos. Em sua visão, isso também poderia ser um pouco aperfeiçoado no Brasil.

Em seguida, o Sr. Alessandro Barreto abordou o tema das notícias falsas. De acordo com ele, como delegado de polícia e com experiência no ambiente cibernético, quando se está investigando um crime no ambiente cibernético, há três missões: preservar o conteúdo é a primeira opção, ele tem que ser preservado porque essa evidência é bem volátil; e você tem mais dois caminhos: a remoção de conteúdo e a atribuição de autoria. Então, ora eu faço um antes, ora eu removo antes, ora eu atribuo autoria antes. O que a gente tem visto? Por exemplo, alguns aplicativos de mensageria como o WhatsApp funcionaram bem nas eleições para remover conteúdo viral. Apesar de não identificarem o conteúdo que está transitando, eles conseguem identificar o URL de encaminhamento e conseguem fazer a remoção de conteúdo. O que a gente precisa avançar nisso?

O expositor afirmou, também, que quem trabalha com banco de dados sabe que é possível identificar o primeiro que subiu determinado conteúdo. Isso seria interessante para lá na frente, segundo ele, responsabilizar o autor do encaminhamento de uma mensagem. Então, é possível isso ser feito nessa seara de identificação, principalmente em aplicativos. De acordo com ele, como o WhatsApp é o aplicativo mais usado, então, é necessário focar nele, e uma mudança de regra iria ajudar bastante nos trabalhos de investigação e de responsabilização.

Outro problema apresentado pelo Sr. Alessandro Barreto foi o da utilização de telefones virtualizados. Segundo ele, tecnicamente é possível estar dentro do Brasil utilizando telefone de fora, por meio de números virtualizados, o que traria um problema grande para as autoridades policiais nos próximos anos. Segundo ele, algumas aplicações de internet, redes



sociais, aplicativos de mensageria só indexam pelo +55. Para ele, é preciso indexar além do +55, é preciso indexar pelo range de IPs do Brasil, para coletar dados para que, lá na frente, se alguém cometer o crime, praticar exploração ou disseminar notícias falsas, seja possível chegar à identificação.

O Sr. Alessandro Barreto afirmou, em seguida, que até por volta de 2012 ou 2013, utilizava-se o IPv4. Assim, os IPs eram individualizados, cada um tinha um IP para utilizar nas suas conexões de internet. Contudo, com o aumento de conexões, especialmente devido ao incremento da Internet das Coisas, há necessidade de mais IPs. Por isso, no ano de 2014, segundo o expositor, houve um grupo de trabalho formado pela Anatel, Polícia Federal, Ministério Público Federal que discutiu regras para que o IPv4 fosse nateado. Para ele, a adoção do IPv4 nateado sem regras significaria a mesma coisa que pegar mil gols brancos, colocar a mesma placa, mesmo ano, e dar para mil pessoas dirigirem em Brasília. Portanto, sem atribuição de "porta lógica de origem", haveria dificuldades em responsabilizar o autor de eventuais condutas delituosas. O Sr. Alessandro Barreto afirmou ter certeza de que ano que haverá problema com nateamento de IP. Nesse caso, haveria duas pontas, os provedores de conexão, que dizem que estão prontos para virar para o IPv6, mas as aplicações de internet não estão prontas. Do modo como as coisas estão, lá na frente, quando for necessário atribuir autoria, isso não vai ser possível, porque o IP está nateado.

Segundo o expositor, temos casos no Brasil, de aplicações que dividem um IP para 16 mil pessoas. Se um desses 16 mil cometeu o crime, não seria possível identifica-lo, o que geraria necessidade de atenção a esse cenário. Por isso, a questão de CGNAT (Carrier-grade NAT) seria tão importante. O Sr. Alessandro Barreto exortou uma uma revisão no grupo de trabalho para a implementação do protocolo IPv6, para que principalmente os provedores de conexão reduzam a quantidade de usuários por IP, enquanto não houver a migração da tecnologia IPv6. Ele citou como um caso exemplar o da Bélgica, que limitou a apenas seis usuários a utilização de cada protocolo de internet.



Em seguida, fez uso da palavra o Sr. Carlos Felipe Almeida D'Oliveira. Ele iniciou sua palestra afirmando que o suicídio era visto como algo que não poderia ser debatido na mídia. Isso teria uma história antiga, chamada Efeito Werther, quando um livro publicado, nos anos 1800, circulou pela Europa e provocou um aumento da taxa de suicídio. Ressaltou, contudo, que hoje a mídia de que nós temos é outra, é uma mídia rápida, que, mesmo com todos os recursos de segurança que temos hoje dentro das páginas das mídias sociais, às vezes, é tarde demais. Hoje, segundo ele, é possível até intervir em determinados fóruns, alguns fóruns em que as pessoas estão se queixando de suas dores e entram pessoas falando dentro desses fóruns, e não sabemos se é por uma empatia ou se é uma ação criminosa. No final desses fóruns, alguém diz: "Então, não tem jeito, só dando um tiro na cabeça". Isso é uma ação criminosa, crítica e tem um efeito enorme sobre aqueles que têm maior fragilidade, sejam crianças, sejam adolescentes, sejam aqueles que têm transtornos mentais.

Uma outra questão abordada pelo palestrante, que diz respeito ainda a essa circulação, foi a transmissão imediata, rápida de imagens contendo a privacidade dos indivíduos e com características de ódio ou mesmo de preconceito. Ele ressaltou que tem sido observado, em cidades pequenas e médias, um impacto grande sobre esses indivíduos, aumentando as taxas de suicídio. Nas cidades maiores, isso teria um efeito sobre o indivíduo, mas a circulação da informação fica disseminada, o impacto não é "o vizinho que sabe".

O Sr. Carlos Felipe Almeida D'Oliveira ressaltou também o histórico da Comissão no que diz respeito à questão da prática de cyberbullying sobre os usuários mais vulneráveis da rede de computadores, as pessoas com transtornos mentais leves, moderados ou graves. "As pessoas têm transtornos e estão aí, estão na vida trabalhando, medicando-se; mas elas podem ser afetadas por induções que podem fazer com que elas cometam atos de tentativas de suicídio ou mesmo de suicídios, como eu vou mostrar mais adiante", declarou o palestrante.



Em relação à questão do suicídio de crianças, o expositor declarou que isso é um fato ainda novo, algo ainda raro, o que não é entre os jovens, porque a tendência que temos já nos últimos sete anos foi o aumento da taxa de suicídio em torno de 8% da população jovem, segundo dados do Ministério da Saúde. Ele lembrou ainda que o art. 122 do Código Penal que já prevê a pena para o incitamento.

O Sr. Carlos D'Oliveira enfatizou que, no âmbito da prevenção de suicídio, há organizações trabalhando no âmbito do Governo e agora junto com as organizações da sociedade. Ele afirmou que, em 2006, o Ministério da Saúde instituiu as Diretrizes Nacionais para Prevenção do Suicídio. E uma delas é dar visibilidade, porque, 20 anos atrás, não podíamos falar sobre suicídio, porém hoje a indicação é que a mídia aborde o tema de forma correta.

Foi a partir dessa diretriz, segundo o expositor, que se deu origem à Lei 13.819/2019, do Congresso Nacional, que institui a Política de Prevenção de Automutilação e Suicídio. Para ele, o fato de o Congresso ter aprovado uma lei baseada em dados técnicos permite que gestores de todas as unidades possam hoje ter uma proteção ou uma forma de negociar com gestores para podermos implantar ações desse tipo. Assinalou também que em maio de 2013, durante a 66ª Assembleia Mundial de Saúde, o Brasil se comprometeu a reduzir até 2020 em 10% a taxa de suicídio de sua população. O Brasil assinou isso com mais de 30 países. Ressaltou, contudo, a dificuldade para que 30 países tão diversos possam ter a mesma meta de redução. Isso não seria um planejamento correto, porque haveria cenários epidemiológicos, recursos institucionais, profissionais e financeiros diferentes. Segundo o expositor, o Brasil tem que implantar um plano nacional de prevenção do suicídio, tem que ser com metas regionalizadas. Mas segundo ele, de 2013 para cá, a taxa de suicídio do Brasil aumentou em 10%.

Outra diretriz importante defendida pelo expositor é a participação da sociedade. Apenas em 2001, segundo ele, o suicídio foi considerado uma questão de saúde pública nos Estados Unidos, e isso não teria sido por outro



motivo que a pressão dos familiares dos 100 mil retornados do Vietnã que haviam se suicidado. Multiplicando isso por seis, seria possível imaginar um impacto sobre 600 mil pessoas. Isso fez com que o Congresso americano aprovasse que o suicídio é uma questão de saúde pública – e isso é muito importante, é um diferencial – e, com isso, também disponibilizasse os recursos necessários para uma questão de saúde pública que ocorre no campo da saúde mental. É muito importante dizer que isso é uma questão de saúde mental, que envolve aqueles que têm transtornos mentais. É claro que sempre pode ocorrer um ou outro suicídio de alguém que não tivesse um transtorno, mas a grande maioria e os dados recentes do Ministério da Saúde mostraram isso.

Para o Sr. Carlos Felipe Almeida D'Oliveira, esse é um fenômeno complexo, e fenômenos complexos não se resolvem com soluções simples, nem de uma hora para a outra. Por isso não seria possível fazer projeções como "vamos reduzir para o ano que vem a taxa de suicídios". Ele ressaltou que a orientação do Centro de Controle de Doenças dos Estados Unidos é que sejam feitas projeções para cinco ou dez anos, para fazermos intervenções corretas, até porque quando iniciamos todo um trabalho, como foi o trabalho que ocorreu em 2014, quando a Secretaria de Vigilância em Saúde lançou a portaria que torna as tentativas de suicídio um agravo de notificação obrigatória e fez com que houvesse um treinamento das equipes; Tivemos, nos anos de 2014 e 2015, um aumento das taxas de suicídio. Isso não quer dizer que tivemos um aumento, mas sim que melhoramos os nossos registros. E isso vai ser sempre assim.

O Brasil, segundo o expositor, tem hoje um sistema – tanto o Sinam quanto o Sistema de Informações de Mortalidade – denso, compacto, bom, e que vai continuar desenvolvendo todo esse trabalho nesse sentido. Em relação à questão do fenômeno, declarou que é um fenômeno complexo, não é linear, e isso quer dizer o seguinte: não é inteiramente previsível. É regulado por diversas variáveis. Ninguém se suicida porque viu apenas uma mensagem na internet, mas tem um cenário, tem um conjunto de fatores de risco e de



proteção, e aqui nós estamos falando da internet como um fator de risco e também como um fator de proteção, que podem intervir. Essa seria a visão moderna que a gente pode ter de que o suicídio é um fenômeno complexo. Ninguém se suicidou apenas porque tinha uma depressão, porque brigou com a namorada. não, a questão era mais ampla.

Baseados nisso, o expositor explicou que temos dados bem recentes mostrando esse quadro. No período de 2011 a 2015, a taxa geral de suicídios publicada pelo Ministério da Saúde, segundo ele, passou de 5,3 para 5,7. Temos um aumento de óbitos por suicídio entre jovens de 15 a 29 anos. Isso é preocupante, porque isso vem se manifestando como uma tendência, sendo 8,7 entre os homens e 7,3 entre as mulheres. Entre 2011 e 2008, ocorreram 150 mil casos de lesões autoprovocadas na população dessa faixa etária; 20% tinham transtornos mentais – dados da Secretaria de Vigilância em Saúde do Ministério. Como eu disse, entre 2011 e 2017, tivemos um aumento de 10% da taxa de mortalidade dessa população, quando havíamos, em 2013, assinado um acordo segundo o qual iríamos reduzir em 10%.

O Sr. Carlos Felipe Almeida D'Oliveira ressaltou que as organizações têm trabalhado nesse sentido. Trouxe i exemplos de trabalhos especificamente relacionados à internet: Prevenção do Suicídio na Internet, pelo Instituto Vita Alere – o Instituto Vita Alere participa da diretoria da nossa associação – e Prevenção do Suicídio na Internet para Pais e Educadores. Relatou também como fazer um uso positivo da internet, mas está nas cartilhas, está nos manuais. Em função do tempo, eu não vou ler esse material. Agora, é importante falarmos que temos fatores de risco, mas temos que atuar mais fortemente nos fatores de proteção. Em relação à rede, declarou que temos que ter mecanismos mais rápidos de resposta, porque hoje o que acontece é uma transmissão rápida, e principalmente de imagens, e essas imagens são extremamente danosas sobre os jovens.

Depoimento do Deputado Alexandre Frota realizado no dia 30 de outubro



de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9319>

Às 13:24, iniciou seu depoimento o Deputado Alexandre Frota. O depoente, em resumo, declarou que temos a tarefa de investigar o modus operandi de milícias digitais, tão comuns nas redes sociais: ataques combinados, fogo amigo, assassinato de reputações, fake news, ameaças contra aliados, contra mulheres, contra nossos filhos ou qualquer um que não aceite compactuar com que chamou de seita. Um terrorismo virtual, assédio digital que vai aos extremos, pessoas que atuam de maneira perversa em cima da intimidação. De amadores iludidos passaram a assessores parlamentares credenciados e remunerados. Para o deputado, essa milícia virtual existe, está clara e é de conhecimento nacional e da maioria que quer enxergar o que vem acontecendo. São responsáveis por muitos problemas que acontecem, com suas ideologias: indicações de cargos, fomento da raiva e do ódio. Ministros, secretários e assessores indicados no que chama de "a farra do cargo". A farra dos cargos seria extensa: " para vocês verem, até o Queiroz reapareceu com 500 carginhos de 20 mil contos – 20 mil contos cada – e ainda falou: "Pode indicar para qualquer comissão". Ora, se isso não é uma confissão, isso é o quê?

Afirmou também que Bolsonaro mente quando diz que governa para todos e sem viés ideológico. Disse que é óbvio que ele tem um viés ideológico, e todos nós sabemos disso, que os meninos do Bolsonaro, como ele próprio gosta de chamar, já conhecidos nas mais diversas reportagens de revistas de cunho nacional, trabalham com perfis falsos em excesso. Afirmou que sabemos o quanto é grave a existência da rede de intrigas de Bolsonaro, que produz o



material em escala, atacando quem estiver na frente ou venha a discordar, venha a fazer o contraditório. Que os ataques coordenados contra a Joice nas últimas semanas foram covardes.

Declarou que são muitos perfis, Bolsonéas, Bolsonaro 2.0, SnaPiru, que eles estão também em gabinetes de Deputados, aqui na Câmara, que usam as horas vagas para atacar, que criam grupos de WhatsApp e operam dessa maneira, que esses gabinetes que mantêm alguns milicianos digitais travestidos de assessores parlamentares, que ficou claro que o Palácio do Planalto virou um porto seguro desses terroristas digitais., que terroristas virtuais, pessoas que compõem esse grupo, que está claro que há interferência do Poder Executivo no Legislativo, inclusive com ameaças virtuais, citando o exemplo do Presidente Jair Bolsonaro interferindo no processo de escolha do Líder do PSL.

O Deputado Alexandre Frota afirmou ainda que três personagens que vieram das redes bolsonaristas e tiveram oficializadas as suas redes de ataque com dinheiro público, que seriam "Tércio, Matheus e o outro Mateus", que vieram das redes bolsonaristas, tiveram oficializadas suas redes de ataque com dinheiro público. Que Carlos Bolsonaro, direto do Rio de Janeiro, coordena, realizando reuniões, disparando, via WhatsApp, os seus comandos. Que, é a maior testemunha, que foi almoçar com o Presidente Jair Bolsonaro, no Palácio, e os três, Matheus, Tércio e o outro Mateus, e mais o filho Carlos Bolsonaro estavam na sala do Presidente. Que lembra-se de que ele havia me dito que o filho dele não comparecia, não frequentava o Palácio. E, por diversas vezes que foi ao Palácio, lá ele estava.

O Deputado Alexandre Frota afirmou que esse grupo trabalha com injúria, ódio, calúnia e ideologia, que Joice Hasselmann declarou que existem 1,5 mil perfis falsos, que tudo isso que vem acontecendo fere a Lei nº 1.079, que trata do crime de responsabilidade do Presidente da República, de improbidade administrativa e de segurança nacional, que o presidente



aumenta, estimula, apoia, bate palmas, ri e paga, que essas pessoas recebe um bom dinheiro –, coagindo, humilhando e ameaçando.

O expositor afirmou também que sofreu linchamento público em 17 de janeiro, vindo de Olavo de Carvalho, principal influenciador, guru, chefe do Bolsonaro, da ala mais selvagem e sectária do Governo. Que Deputados que viajaram para a China sofreram ataques enormes. Que a partir do dia 25 de janeiro Olavo de Carvalho começou a atacar o Vice-Presidente Mourão desenfreadamente, que não houve por parte do Presidente da República nenhuma ação para proteger o seu Vice-Presidente.

O Deputado Alexandre Frota, a seguir, explanou sobre o conceito de milícias virtuais utilizado atualmente. Ele afirmou que as milícias virtuais têm os formadores de opinião, têm os formadores de opinião, têm os "youtubers", têm os "blogosferas", têm a mídia e têm aqui os políticos que concordam com o que é feito.

Depoimento do Sr. Allan dos Santos realizado no dia 05 de novembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9320>

O depoente, Senhor Allan dos Santos, iniciou seu depoimento às 13:55. Ele afirmou que é dono do maior portal conservador de notícias da América Latina e que não recebe um centavo do Governo, que não recebe dinheiro da Secom ou de ninguém. Que tem uma casa, onde moram dois funcionários, que custa – a mansão, no valor que está aqui – R\$6.600. Em resposta ao Sr. Presidente da CPMI, Senador Angelo Coronel, o depoente Allan dos Santos



reafirmou que não recebeu nenhum recurso público para manutenção do seu empreendimento.

Em resposta a questionamento do Deputado Rui Falcão, o depoente afirmou que o Terça Livre recebeu doações de 628 mil pessoas, que parte das doações vieram por meio do site Apoia.se, que recebeu doações no PayPal, que recebeu doações pelo Super Chat, que um terço do que recebe no YouTube é referente à monetização; que dois terços são de pessoas que se tornam membros do canal: que membros pagam R\$7,90, que 30% ficam com o YouTube, 70% ficam com o canal, e que desses, são 1.600, que a média mensal de doações é de US\$ 5 mil.

Ainda em resposta a questionamentos do Deputado Rui Falcão, o depoente afirmou que tem crachá da Câmara, obtido após requerimento específico destinado à Secretaria-Geral da Mesa, que trabalhou voluntariamente, como jornalista e sem recebimento de pagamentos, na campanha do Presidente Jair Bolsonaro, que criou sua empresa em 2014 porque os comunistas estavam querendo criar os sovietes no Brasil, que deu palestra em encontro conservador com passagem paga pelo PSL, que não é e não foi prestador de serviço do PSL, que não presta nenhum serviço ao Presidente da República.

Posteriormente, em resposta a questionamentos da Deputada Luizianne Lins, o depoente afirmou que o Terça livre é sua principal fonte de receitas, que a jornalista Fernanda Salles trabalha no horário comercial para o Deputado Bruno Engler e aos finais de semana e fora do horário comercial trabalha como *freelancer* no Terça Livre, que Olavo de Carvalho não participa do processo de escolha das pautas do Terça Livre, que não tem nenhuma informação sobre contas do Twitter a não ser *terca_livre*, *@terca_livre*, que é do Terça Livre, e a conta *allantercalivre*, *@allantercalivre* no Twitter, que Paulo Henrique Gonçalves de Araújo trabalhou um tempo no Terça Livre e profissionalizou a empresa, que o e-mail joao@jbbpar.com, constante do registro da TL Produção



de Vídeos e Curso Ltda., é de um voluntário que estava fazendo o cadastro, que o Terça Livre não tem nenhuma relação com a empresa JBB Par.

Em resposta a questionamentos do Senador Humberto Costa, o depoente afirmou que conhece o Sr. Tercio Arnaud Tomaz, posteriormente se recusando a responder às demais perguntas.

Em seguida, a deputada Caroline de Toni questionou o Sr. Allan dos Santos se ele acreditava que a CPMI estava afetando a liberdade de imprensa. O depoente afirmou que sim e citou matéria do jornalista Lauro Jardim em O Globo onde ele dizia: "Bolsonaro rumo a Nova York com o seu blogueiro de estimação". O depoente afirmou que aqui havia ali animus informandi, e sim uma mentira com deboche. E ao fim da matéria, segundo o depoente, houve a atualização: "O blogue errou e pede desculpas a Allan dos Santos e aos leitores. Quem está viajando em comitiva do Presidente para Nova York é um fotógrafo que é o homônimo do blogueiro". Acrescentou também não ver outra maneira de combater o Globo se não fazendo jornalismo e não querendo calar o Lauro Jardim.

Allan dos Santos declarou ainda que o que havia na CPMI eram algumas induções, perguntas que ficam induzindo respostas, é que querem calar a liberdade de expressão e querem proibir ou coibir ou condicionar a liberdade de associação de pessoas, que está prevista na Constituição. Segundo ele, se não há pagamento, não há como provar nenhum tipo de pagamento, por que chamar de milícia? Se é ofensa, por que não recorrer aos tribunais? Declarou também que não havia ficado claro para ele o que é fake news: "O que é fake news? É a calúnia? Não. Calúnia já está prevista por lei.". O Sr. Allan dos Santos afirmou que o jornalista tem de ter a liberdade de expor o que ele pensa, o que ele acredita, dentro dos limites da lei. Acrescentou que a lei é tão favorável ao jornalista, entendendo a necessidade da participação do jornalista dentro da República, que ela lhe confere o sigilo de fonte, para exatamente colaborar com a própria polícia, em caso de investigação, porque



certos criminosos conseguiriam cooptar de tal maneira a burocracia do Estado que nem mesmo a polícia pode encontrar alguma prova dele.

Em seguida, a deputada Caroline de Toni questionou Allan dos Santos se ele sentia que o crescimento das mídias independentes, como é o Terça Livre, é uma ameaça à mídia tradicional, ao que ele respondeu que sim, que é uma ameaça ao monopólio da mídia tradicional. Questionou também se o sr. Allan dos Santos poderia relatar casos em que ficou sabendo, enquanto jornalista, de blogues de esquerda que foram financiados pelo governo passado. O depoente respondeu que tinha registro disso.

Fez o uso da palavra o Senador Randolfe Rodrigues, questionando o depoente se ele alguma vez viajou na aeronave presidencial com o Presidente Jair Bolsonaro ou em alguma aeronave das Força Aérea, recebendo resposta negativa. O depoente esclareceu ainda que na verdade um homônimo havia viajado no avião presidencial, e que o jornalista Lauro Jardim havia publicado errata e um pedido de desculpas. O Sr. Randolfe Rodrigues, em seguida, questionou o Sr. Allan dos Santos se ele tinha alguma ligação com a família do Sr. Flavio Morgenstern, ao que ele respondeu não ter relação de amizade, mas que havia conversado bastante por meio das redes sociais com o Sr. Flavio, e que já o havia encontrado pessoalmente em eventos.

Em seguida, a deputada Natália Bonavides fez os seguintes questionamentos ao depoente:

- a) Quando foi criado o site Terça Livre?
- b) A equipe do Terça Livre é remunerada?
- c) Atualmente, quantas pessoas são remuneradas?
- d) Além da senhora Fernanda, há outros colaboradores ou contratados que prestam serviço público? ou servidores públicos? Ou assessores parlamentares? Ou assessores do Executivo?

Em resposta o depoente afirmou que seu site foi fundado em 2014, que houve profissionalização em relação à organização da empresa, que era um canal de YouTube e depois se transformou em uma estrutura com contratação



de pessoas; que no momento da oitiva existiam entre 18 e 20 colaboradores remunerados; e que a Sra. Fernanda atuava como *freelancer*.

Em nova rodada de perguntas, a deputada Natália Bonavides citou a existência de um chamado "gabinete do ódio", que seria integrado por Tercio, José Matheus e Mateus, e questionou se eles já haviam ido ao imóvel do Sr. Allan dos Santos, ao que o depoente respondeu invocando seu direito ao silêncio. A deputada questionou se o depoente e os senhores Tercio, José Matheus e Mateus haviam combinado qualquer ação virtual em conjunto, recebendo resposta negativa do depoente.

Em seguida, foi a vez do deputado Alexandre Frota apresentar seus questionamentos ao depoente. O deputado questionou o depoente acerca de qual parlamentar havia lhe cedido o crachá de jornalista que ele utilizava para adentrar o recinto da Câmara. O Sr. Allan dos Santos declarou que "não teve nenhum". Em relação aos questionamentos acerca do eventual recolhimento de impostos sobre verbas auferidas pelo site Terça Livre por meio de plataformas de vaquinha virtual, o depoente declarou pagar impostos sobre doação.

Depoimento da senhora Adriele Britto, realizado no dia 06 de novembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9333>

“De início, eu vou falar um pouquinho sobre a Assespro Nacional, que é a Federação das Associações das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação. Ela é uma associação fundada em 1976, ela é a mais antiga no



Brasil e também a maior, representando mais de 2.500 empresas do setor. Ela tem representante em diversos comitês, como CGI, Aleti, Softex e diversos outros. Então, ela é uma empresa que tem ampla capilaridade no Brasil. Ela está representada em 19 entidades regionais, 2,5 mil empresas, é a maior delas.

Então, nesse ponto, a associação é então imbuída e dá legitimidade específica para entrar com Ação Declaratória de Constitucionalidade, que no caso foi numerada sob o nº 51, com trâmite no Supremo. Para se ter esse ajuizamento é necessário ser uma entidade de classe de âmbito nacional, sem fins lucrativos, ter a legitimação específica e por conta da pertinência temática com o assunto; ou seja, são empresas do setor de tecnologia da informação no Brasil, tanto de grande quanto de pequeno porte, e que têm encontrado alguma resistência nos tribunais brasileiros sobre a aplicação de legislação específica sobre a cooperação jurídica internacional. E também, além desses comitês, a Assespro Nacional também busca contribuir da melhor forma com a ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados), que também está em curso e também seria uma ótima oportunidade da Assespro poder contribuir.

Qual seria então no caso - pode mudar por favor - o contexto do ajuizamento dessa ADC 51? Em primeiro lugar, o que seria? Haveria, portanto, a necessária demonstração da controvérsia judicial relevante para aplicar uma norma exarada por este Congresso, pode ser tanto uma lei em sentido estrito, quanto um ato normativo federal. No caso, nós temos os dois; nós temos aqui o Decreto Executivo Federal nº 3.810/2001, que fala sobre o acordo de assistência judiciária penal entre o Governo da República Federativa do Brasil e o Governo dos EUA, conhecido como Mlat, além de dispositivos previstos tanto no Código de Processo Civil quanto no Código de Processo Penal, que tratam sobre as cartas rogatórias. Por que são esses dois instrumentos? Porque o Mlat é uma via facilitada de transferência de bens, haveres, documentos que por acaso venham a ser úteis em investigações criminais por todo o mundo. Então, isso não é um problema apenas brasileiro. Este Mlat, nesses termos, também foi assinado com mais 21 países - Bélgica, Suíça,



Panamá, Reino Unido, França, Itália - todos eles fazem parte do Mlat, porém não em relação a este; este diz respeito exclusivamente a atos que digam respeito à disponibilização de conteúdo de comunicações privadas que estejam por acaso guardados e armazenados em servidores nos Estados Unidos.

O que acontece? Nós temos aí um conflito de normas: existem as leis brasileiras, às quais as empresas que são associadas e filiadas a Assespro Nacional se sujeitam, sem problema algum, porém encontra-se uma certa dificuldade em ter acesso aos dados que estão armazenados nos Estados Unidos, porque existe uma ambiência própria de troca desse fluxo transnacional de dados.

Então, o que nós queremos aqui é que haja um prestígio de ato normativo federal exarado por este Congresso Nacional, que no caso é o Mlat ou decreto executivo federal. Ele não tem sido observado por alguns juízes nos tribunais afora pelo Brasil porque se diz que haveria, então, uma afronta à soberania nacional. Porém, com todo o respeito, nós acabamos colocando os nossos argumentos na nossa ADC, ela é pública, está disponível para todos.

Nós entendemos que haveria, sim, uma garantia do devido processo legal. Às vezes, realmente é um instrumento que não foi feito para isso, é de 2001, Deputado. O acordo foi de 1997, realmente é um acordo antigo, porém, é o que nós temos. Ou seja, nós temos, sim, é que trabalhar para que ele seja melhorado, da melhor forma possível, com o debate perante a sociedade, a comunidade jurídica, a parte científica... Aqui também, nesta Casa, em ambas as Casas Legislativas.

E aí nós fazemos sempre uma menção aos dados bancários. Ou seja, quando se quer um dado bancário, alguma informação sensível, sigilosa que esteja, digamos, na Suíça, o Mlat é observado.

Então, nós também falamos que, pelo princípio da igualdade, o Mlat deve ser aplicado em toda e qualquer investigação criminal, e não apenas naquelas que dizem respeito ao conteúdo das comunicações privadas.



E por que se conter... Qual seria então... O que quer dizer, realmente, conteúdo de comunicação privada? É aquilo que você, como usuário, alimenta numa plataforma de mídia social, por exemplo. Não é, não são, não se trata no caso de metadados, que são os dados sobre os dados... (Pausa.)

Por favor, pode trocar. (Pausa.)

Então, não são discutidos na Ação Declaratória de Constitucionalidade 51. Nos casos de investigação criminal sobre pedofilia, a ADC não contempla, e por quê? Porque existe uma previsão própria na legislação americana... Existem mecanismos próprios para que haja uma notificação direta ao Ncmec, que é o Centro Nacional para Crianças Desaparecidas e Exploradas. Ele existe desde a década de 80.

E o que ocorre? Quando há alguma denúncia, alguma ocorrência de algum ato de pedofilia dentro das plataformas, há uma notificação direta pelo Ncmec para a Polícia Federal aqui em Brasília. Isso acontece em diversas partes do mundo, isso já acontece há muitos anos, não é nenhuma novidade. Então, no caso, a ADC não atrapalha de forma alguma esse tipo de investigação.

E nos casos emergenciais de risco iminente de morte ou lesão física contra pessoas, no caso de terrorismo, sequestro, uma ameaça de homicídio, também a ADC não contempla, porque também existe uma exceção própria na legislação americana que, no caso, é o Stored Communications Act, chamado de SCA.

Então, existe uma previsão própria nessa legislação para que, nesses casos emergenciais... Imaginamos nós aqui que não haja nenhuma outra dúvida em relação a essas hipóteses de que realmente os pedidos devam ser atendidos a tempo e a hora.

E voltando também para a entrega de metadados, também é outra exceção que existe no SCA, em que não há nenhum tipo de entrave burocrático ou de cooperação jurídica entre os países, porque também é uma exceção da própria legislação americana.



Então, houve uma escolha também aqui no legislador pelo Brasil, no nosso Marco Civil da Internet, no art. 15, quando ele fala sobre a entrega de registros de acesso e conexões. Então, se há algum tipo de postagem, algum post que é público, de conhecimento coletivo, faz-se então cotejo entre aquele post e a entrega de metadados correspondente àquele post, àquela postagem dentro daquela mídia social.

Então, é muito difícil haver algum tipo de anonimato porque existem esses traços que ficam relacionados aos metadados.

Então, também aí agora, já trazendo o tema aqui para esta Comissão, no dia de hoje.

Em relação às fake news, eu vejo até uma dificuldade em saber como é que se encaixariam, então, esses pedidos de conteúdo de comunicação privada, sendo o aspecto essencial das fake news é a sua publicidade, é o seu aspecto coletivo, é a sua publicação, até porque, se ela não é pública, ela não se perfaz.

Então, não há nada que transite na ambiência de um conteúdo de comunicações privadas entre um usuário e outro.

E aí voltando também para o trâmite da ADC - pode passar, por favor -, houve um pedido de liminar. A nossa liminar foi concedida. Ficamos bastante satisfeitos com essa concessão. O Supremo entendeu que sim, que haveria, no caso, um risco jurídico de plausibilidade do direito, porque, toda vez que há um descumprimento de uma ordem judicial que não consegue ter acesso ao conteúdo das comunicações privadas, há, portanto, uma imposição de multas, juridicamente falando, de astreintes, multas, bloqueio do aplicativo - isso também, já tem algum tempo que não acontece, mas já aconteceu no passado - e prisões.

Então, este é um tema que toca diretamente a preocupação da Assespro, como uma associação representante aqui de 2,5 mil empresas: que o Brasil seja um ambiente atrativo para as empresas e que nós possamos ter



segurança jurídica nas relações travadas entre o Judiciário, entre os consumidores e entre o Estado.

No caso da liminar que foi concedida, pode até haver algum tipo de imposição de multa, porém esse valor não fica à disposição da União, Senador. Ele não vai ser usufruído para que não tenha, então, que ir pelo caminho dos precatórios, enfim, que essa ação demore mais anos e anos.

No caso, qual seria, então, o risco de não se observar o procedimento de cooperação jurídica internacional previsto nesse decreto executivo? Um deles, inclusive, é até mesmo a nulidade da prova obtida. Ou seja, se por algum acaso uma prova ou outra for obtida não pelo meio do devido processo legal, por alguma outra forma que não essa, é possível, sim, haver algum tipo de nulidade nas provas, é possível argui-las. E também haveria uma violação ao princípio da simetria entre os países, porque o Brasil tanto é emissor dessas ordens como receptor. Então, o Brasil também pode querer uma prova que esteja, digamos, no Reino Unido, em algum servidor na Irlanda, por exemplo, onde eles também estão.

Então, como é que fica essa questão? O Brasil também deveria se atentar para esse ponto e se atentar para o princípio da simetria que rege as relações diplomáticas. O nosso art. 181 da Constituição é bastante claro em que haveria somente uma disponibilização dos documentos de empresas privadas mediante autorização do poder competente.

Então, para que nós possamos concretizar os direitos e garantias fundamentais previstos na Constituição, a partir do art. 3º, que é justamente a coexistência pacífica entre os países, a solução pacífica das controvérsias, e também do art. 5º da Constituição, sobre o devido processo legal, sobre a proteção também da livre iniciativa, diversos dispositivos têm a necessária proteção e arcabouço para que possa se então fundamentar todo e qualquer tratado internacional do qual o Brasil faça parte.

Outra coisa também é que essa não é uma preocupação apenas do Brasil, é uma preocupação mundial. Inclusive, em junho deste ano, participei de



uma discussão em Berlim, na Alemanha, sobre internet e jurisdição, da qual saiu um documento que vai ser apresentado agora em novembro novamente. Nós fizemos grupos de estudo em que são discutidas várias trilhas de vários problemas, não só do Brasil, outros países têm exatamente as nossas questões.

Então não adianta também a gente pensar numa solução só para o Brasil. Se a gente pensar nisso, "ah, mas aqui no Brasil, não importa; se está ganhando dinheiro no Brasil, então tem que se sujeitar à legislação brasileira. E nesse caso, elas se sujeitam, sim. Tanto é que nós queremos a aplicação de um tratado internacional, do decreto executivo federal, que também foi ratificado por este Congresso Nacional.

Então, Excelências, eu imagino que essas sejam as nossas contribuições.

Existem também alguns pareceres do mais alto nível, que foram juntados aos autos. Há o parecer do Ministro Rezek, professor do mais alto gabarito, de conhecimento de todos. Ele faz uma diferenciação interessantíssima sobre sujeição à lei brasileira e a execução dessa mesma lei, ou seja, ele deixa extremamente claro, no parecer dele, que não há como um juiz brasileiro ter poderes ultraterritoriais, ou seja, sujeitar uma empresa que seja controladora jurídica de dados que estejam situados fora do Brasil, que ela seja compelida a cumprir uma ordem judicial meramente porque existe uma afiliada do grupo econômico aqui no Brasil. Ora, são diversas as empresas que compõem os grupos econômicos, cada uma com sua função. E assim, a exemplo do que acontece com os dados bancários, ninguém pede a um banco que tem representação aqui no Brasil dados que estejam na Suíça, por exemplo. Então esse tipo de situação que nós queremos que não se repita.

Existem também mais dois pareceres de advogados americanos, que são o Eric Holder e o Todd que também falam exaustivamente sobre todos os riscos jurídicos os quais as empresas que aqui estão sediadas podem sofrer lá



nos Estados Unidos, além do Yahoo, do Iris também, o Iris que é um grupo de estudos que também se debruça sobre esse assunto.

E para finalizar, o que se espera do Supremo, Deputada Lídice, é uma segurança jurídica, ou seja, diante dessa controvérsia judicial relevante, que justamente é embasadora para o ajuizamento da ação, em que a aplicação, alguns tribunais entendem pela aplicação, e outros, não, e justamente esses que não entendem pela aplicação não o fazem de acordo com o Art. 97 da Constituição, e sendo que para não se aplicar um tratado, ele deveria ser, no caso então, denunciado. Isso também é uma outra ferramenta jurídica que estaria aqui também à disposição do Congresso.

Então o que a Assespro quer é ir no sentido natural da norma, que é a sua constitucionalidade. Por isso que nós interpusemos uma ADC. E que haja, portanto, uma predominância da aplicação da legislação brasileira regente da matéria já existente.

Então ficam essas as minhas palavras. Fico à disposição para perguntas de todos. E muito obrigada pelo silêncio com que eu fui ouvida."

Depoimento do Sr. Edgar Matsuki, realizado no dia 06 de novembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9333>

“Aqui nestes 15 minutos acredito que não vai dar para falar tudo o que eu precisaria falar nos 15 minutos, mas eu vou falar um pouco da metodologia nossa de trabalho para demonstrar que os serviços de fact checking, que atuam no momento, utilizam-se de critérios objetivos para decidir quais são os



temas a serem tratados. Falo isso pelo boatos.org, em que a gente trata de temas objetivos e também, na hora da própria apuração, nós nos utilizamos de objetividade. Não falamos que nada é falso pela nossa opinião. E também vou falar um pouco da nossa metodologia para demonstrar de qual lugar de fala eu vou estar para falar sobre algumas impressões minhas sobre a questão das fake news.

Como eu falei anteriormente, o boatos.org foi criado em 2013. A principal motivação minha foi profissional. Na época eu trabalhava para outros veículos de comunicação, mas eu queria ter um projeto próprio, no qual eu pudesse experimentar, jornalisticamente falando, para que eu pudesse experimentar, em termos de tecnologia voltada ao jornalismo, sem ter que me submeter, por exemplo, a um crivo de um chefe ou algo desse tipo. Para tanto eu precisava de um tema e na época eu já tinha o diagnóstico de que existiam muitas informações falsas circulando na internet, mas não existiam... E eu tinha percebido que não existiam tantas fontes que desmentiam essas informações falsas na internet. Projeto criado por jornalista, não existia nenhum na época, existia o E-farsas, existia o quatorcantos.com, que hoje também não atua.

A partir daí, na verdade na época não tinha de fato a dimensão do problema que são as fake news, nós acabamos entrando no tema e nesses seis anos e meio nós desenvolvemos uma metodologia para escolher as mensagens a serem apreciadas e também para realizar os nossos desmentidos.

Isso nos garantiu tranquilidade para, de fato, ser justo na hora de escolher o tema que vai ser tratado e também nos garante uma certa isenção sobre supostas acusações de que estaríamos, por exemplo... principalmente em termos de boatos relacionados à política, que é o que mais se fala a respeito, que estaríamos isentando, por exemplo, mais de um lado político do que outro lado. Na verdade, se está no boatos.org ou em outros sites de checagem, é porque, de fato, a informação circulou muito na internet.



Hoje, nós temos uma média de quatro milhões de visualizações de páginas por mês, contando a média dos últimos 12 meses, quase 300 mil perfis nos seguem em redes sociais e, dessas pessoas, muitas colaboram de duas maneiras para o boatos.org: a primeira é enviando sugestão de pauta e a segunda é pesquisando dentro do site sobre quais temas são verdadeiros ou falsos. É a partir desses dados e da colaboração dos internautas que acompanham o boatos.org que nós definimos o que é apreciado, e aí, a que nós chegamos na hora da análise do conteúdo. A gente não decide de uma forma: eu vou decidir esse ou eu vou decidir aquele conteúdo a ser desmentido; na realidade, a gente faz uma métrica. Existem dados diários que nós coletamos, tanto pela busca interna do site como de envio de mensagens. E, aí, na hora da análise do conteúdo - isso é importante falar não só para os Srs. e Sras. Deputados e Senadores, mas também para quem está acompanhando -, muitas das tarefas que nós realizamos, qualquer internauta poderia e deveria realizar antes de compartilhar um conteúdo falso.

O primeiro momento da nossa checagem perpassa por uma leitura com atenção do conteúdo que está sendo compartilhado na internet. Infelizmente, hoje muitas pessoas compartilham conteúdo sem ler, compartilham conteúdo sem entender, na realidade, o que está sendo dito ou, às vezes, compartilham mesmo sabendo que o conteúdo é falso, mas, de certa forma, para ganhar algum tipo de debate.

A partir desse primeiro momento no qual nós realizamos uma leitura com atenção e verificamos os arquivos que estão acompanhando os conteúdos que estão circulando na internet, a gente parte para uma segunda etapa, que também todos os internautas deveriam realizar antes de compartilhar uma informação, que é fazer uma pesquisa mais aprofundada sobre o assunto que está sendo tratado. Eu posso dizer, com certeza, que 70% das informações que nós desmentimos no boatos.org não teriam circulado da forma que circularam se as pessoas realizem essas duas tarefas: lessem com atenção e compartilhassem o conteúdo. E, claro, existe muita gente que se aproveita disso: da falta de leitura de conteúdo e da falta de pesquisa.



Em seis anos e meio, nós desmentimos cerca de 4.500 notícias falsas na internet. E, com base nessa experiência, eu queria fazer alguns apontamentos sobre as fake news que - entendo - não é o termo mais apropriado para falar sobre a desinformação na internet, mas foi o termo convencionado.

O primeiro ponto que eu queria deixar aqui é ressaltar que, a partir do momento em que se fala em notícia falsa na internet, é preciso também sair da caixinha político-partidária. Muito se debate sobre fake news e política no Brasil, mas as fake news não estão apenas no tema política, é muito mais do que isso. Existem hoje pessoas que estão parando tratamentos médicos por causa de notícias falsas na internet. Existem pessoas que estão apelando para remédios que não têm comprovação científica de que curam doenças graves. Ou seja, pessoas estão arriscando suas vidas por causa de notícias falsas. Existem pessoas que estão sendo acusadas de crimes que não cometeram. Existe um caso emblemático no Brasil, em 2014, de uma mulher que foi linchada, foi morta porque ela foi acusada por uma notícia falsa na internet. Então, a partir do momento que a gente está se propondo a debater fake news, eu gostaria que nós não ficássemos apenas falando sobre o tema política. Claro que é uma grave questão a manipulação do debate político no Brasil, mas as notícias falsas vão muito além disso.

Nesse período que eu tenho apurado fake news, eu tenho uma hipótese - não posso dizer que é uma teoria fechada, mas hoje é o que, na minha visão, acontece em termos de circulação de notícias falsas - de um caminho em que fake news circulam. A grande maioria dos conteúdos que nós desmentimos - e, como disse antes, se nós desmentimos, é porque as pessoas estão procurando - são notícias falsas que surgem quase anonimamente em aplicativos como o WhatsApp e em redes sociais como o Facebook, no formato das velhas correntes.

As notícias falsas seguem uma certa linha de texto que faz duas coisas - as características -: deixam o texto com uma qualidade sofrível, primeiramente;



e, segundo, dão a possibilidade para que sejam viralizados. As características são essas. Normalmente, esses conteúdos são vagos, ou seja, uma vez que um conteúdo vago circula na internet, fica mais difícil a pessoa fazer a apuração de mais detalhes sobre o assunto. Ele é extremamente alarmista, ele tem tom apelativo, ele usa palavras em caixa-alta, pontos de exclamação, adjetivos, acusações. Ele tem erros de português, via de regra. Normalmente esse conteúdo é criado na própria rede social, não passa por uma revisão- nem todos são assim. Existem notícias falsas que são muito bem escritas, muito bem redigidas e muito convincentes. Elas têm normalmente pedido de compartilhamento e também não citam fontes confiáveis, porque isso dificulta a própria apuração.

Mas há um detalhe mais importante do que todos esses: na grande maioria das vezes - isto eu tenho percebido cada vez mais, principalmente desde 2014, 2015 - essas notícias necessitam do que eu chamo de um vetor para viralizarem na internet. O que seria esse vetor? Pode ser um perfil influente em redes sociais, pode ser um impulsionamento artificial da informação em redes sociais ou aplicativos de mensagens, pode ser a notícia ir para um site com grande número de acessos ou mesmo alguém conhecido compartilhar informação falsa, seja de forma culposa ou seja de forma dolosa. Então, é importante, a partir do momento em que a gente está se propondo a debater isso, pensar não só na criação, mas no momento em que essa notícia falsa toma corpo de verdade.

O terceiro ponto que eu queria destacar é em relação à eficácia das agências de checagem e ao papel que nós nos colocamos em meio dessa questão de fake news: obviamente, nunca... E nem é nossa... Na verdade, a gente sabe que isso não vai acontecer, que o desmentido nunca vai atingir o mesmo alcance de um boato na internet. É impossível, mas, a partir do momento em que uma notícia é desmentida, eu tenho percebido que pelo menos o alcance do boato diminui. Isso prova duas coisas: primeiro, que algumas pessoas de fato necessitam de uma fonte que elas consideram confiável e que aponte que uma informação é falsa. Nesse sentido, ou a



própria mídia tradicional ou a própria agência de checagem entra refutando o conteúdo e até explicando para ela. Não adianta só refutar um conteúdo, a gente tem que explicar, de fato, por que uma informação é falsa. A partir do momento em que a pessoa é convencida, ela de fato para de compartilhar.

Para além disso, é importante, por causa desse freio que eu tenho visto que os desmentidos dão às fake news - de certa forma, até quem cria fake news em alguns momentos acaba apagando a publicação ou se retratando a partir do momento em que verifica que a informação não é verdadeira -, serviços como o boatos.org, o projeto Comprova, o E-farsas.com e tantos outros que não puderam ter representantes aqui hoje são importantes nessa questão e precisam, de certa forma, ser valorizados.

E eu falo valorizados até no sentido de que, se for pensada uma legislação a respeito disso, que haja mecanismos que protejam quem faça isso, porque a gente, de certa forma, está muito exposto. O próprio colega Gilmar Lopes - não Mendes - teve uma situação há pouco tempo - talvez ele possa falar a respeito disso. Ele desmentiu um conteúdo e a pessoa o ameaçou por causa do desmentido. Não só ameaçou como processou. E, na verdade, na Justiça a gente sabe que é certo que ele vai ganhar esse processo, mas o incômodo que ele está tendo por causa disso é grave. Então, é preciso que a gente tenha essa proteção.

Eu quero falar de um quarto ponto, que é a questão das plataformas de tecnologia. Todo mundo sabe que sites como Google, Facebook e WhatsApp são de grande utilidade para todos; eles encurtam distâncias, eles facilitam a comunicação e eles facilitam de fato até a divulgação de trabalhos. Acredito que o E-farsas, o boatos.org e outros sites, de certa forma, conseguem certa repercussão e alcance das suas publicações por causa dessas ferramentas, mas é importante citar que as mesmas pessoas que podem utilizar essas plataformas para uma ação boa também podem utilizar para uma ação ruim, uma ação má. Por isso, é preciso que se cobre das plataformas - que, de fato, ressalto que são úteis - que se tornem aliadas no combate à fake news.



Muito se está fazendo, mas eu queria citar algumas situações, só como exemplo, de como essas plataformas podem melhorar e, de certa forma, não só combater fake news como também ajudar a diminuir o acirramento da polarização que a gente vive hoje. Na internet parece que só existem vozes de dois lados. E não é assim; existem muito mais pessoas do que um lado ou outro lado do polo.

Primeiro ponto, no WhatsApp, para além de toda a questão das mensagens falsas, existem, quase que diariamente, inúmeras iscas para roubo de dados das pessoas. Existem promoções falsas, petições falsas, anúncios de ofertas que mandam para um site, que pede o compartilhamento da pessoa para os contatos dela. A partir do momento em que a pessoa compartilha o conteúdo desse site no WhatsApp, ela dá acesso à lista de contatos. Eu não sei o que as pessoas fazem com esses dados, mas eles podem ter um poder muito grande com os dados das pessoas. Então, é preciso olhar para isso. Eu não sei como se resolve a questão desse tipo de mensagem com a criptografia que há no WhatsApp. Acredito que a privacidade dos internautas deve ser mantida, mas é preciso pensar em soluções que barrem esse tipo de conteúdo.

Há uma quantidade de artigos que aparecem em destaque em ferramentas de notícias que acirram a polarização. Hoje se a gente for olhar na página inicial do Google ou no próprio Google Notícias, a gente vê mais artigo com adjetivo contra políticos, artigos com acusações, do que o próprio conteúdo noticioso. Hoje a gente vê muito mais conteúdo opinativo - não sei se só no meu feed que aparece, mas acredito que no dos senhores também -, há mais conteúdo opinativo do que informativo. Claro, a gente entende que esses conteúdos com adjetivos fortes no título rendem cliques e, de certa forma, aumentam a taxa de engajamento nessas ferramentas, mas é preciso pensar para além disso: o quanto elas acirram a polarização. Senão, daqui a pouco, o jornalismo brasileiro vai virar ataque de um lado, ataque do outro lado e não vai existir mais informação no meio desses ataques.



Terceiro ponto: os algoritmos em redes sociais promovem conteúdo que os usuários curtem ou reagem com estímulos positivos. Isso tem cada vez mais fechado as pessoas em grupos, e, uma vez que elas se fecham em grupos nas redes sociais, fica cada vez mais difícil ouvir o outro lado. Mas algumas... E aí eu falo de um ponto que, de fato, a priori, parece positivo, mas é preciso pensar na questão de fake news a respeito disso. Muitas pessoas não conseguem checar algum conteúdo na internet porque alguns planos de operadoras só dão acesso a alguns tipos de serviço. Como uma pessoa que tem R\$10 de crédito no seu telefone celular e precisa dele para uma ligação de emergência vai fazer a checagem de uma informação se essa checagem que ela viu no WhatsApp e acessou de graça vai acarretar em cobrança no pacote de dados dela?

Por fim, o quinto ponto. Infelizmente, existem algumas páginas que espalham notícias falsas e sobrevivem graças à publicidade online. Eu sei que algumas plataformas, como o próprio Google, têm empreendido ações para cortar a publicidade desses sites, mas existem outras plataformas que ajudam no próprio financiamento de fake news.

Eu queria só complementar com um ponto. Na verdade, teria até mais para fazer. Eu deixei o texto completo no boatos.org, e quem está acompanhando esta reunião na internet pode ver todos os apontamentos. Acredito que a Deputada Lídice poderia dar uma olhada, o que, de fato, pode contribuir com o próprio relatório desta CPMI.

Mas, em relação à legislação, aí eu faço uma menção ao meu colega de trabalho Daniel Bramatti, que esteve aqui na semana passada. Ele falou que é preciso ter muito cuidado com a criminalização de fake news para que o jornalismo não saia prejudicado com isso. Gostaria de aprofundar mais a respeito desse assunto, mas, como não há tempo...

Mas eu queria deixar apenas alguns questionamentos que deveriam ser realizados antes de qualquer legislação que pense em criminalização de fake news. O primeiro: quem tomaria para si a missão de julgar o que é verdadeiro



ou falso? Autoridades policiais? Judiciárias? Elas criariam um núcleo de checagem para isso?

Como uma lei como essa que pensa em criminalizar as notícias falsas não cercearia a liberdade de expressão? E aí é importante citar que a opinião precisa de um embasamento, mas a pessoa pode responder pela sua opinião. E também tão ou mais importante é a privacidade online das pessoas. Eu já vi especialistas falando que, por exemplo, as pessoas deveriam colocar um CPF para fazer um login em uma rede social. Eu acho isso uma proposta absurda porque você confiar a uma empresa privada os seus dados pessoais não é o melhor caminho para combater esse tipo de problema.

O que poderia ser conceituado como fake news? Hoje, ter fake news tem sido utilizado como estratégia de retórica para muitas pessoas, ou seja, qualquer coisa que não agrada acaba virando fake news.

Erro jornalístico, na minha opinião, não pode ser considerado fake news - houve uma metodologia na apuração do conteúdo. Se a fonte repassou a informação de uma forma errada, o jornalista colocou na fonte. Ele não pode ser enquadrado como fake news.

Como essa lei poderia ser utilizada para atacar quem faz fact-checking? - porque, também como estratégia de retórica, a gente ouve de muita gente que é desmentida pelo boatos.org e por outros sites falarem: "Ah, essas agências de checagem é que fazem fake news, enquanto a gente está aqui para tentar só ajudar".

E, por final, eu gostaria de saber como ficariam as plataformas ou se, por um lado, elas deveriam, de fato, colaborar com essa questão. Uma legislação muito pesada nesse sentido não inibiria o desenvolvimento de novas ferramentas tecnológicas que facilitariam a comunicação das pessoas?

Por fim, só para encerrar, eu quero apontar uma questão. Mais importante do que a questão da legislação - e eu acho que devemos bater nesse ponto - é a questão da educação.



Esse tema, notícias falsas, e o próprio comportamento das pessoas na internet devem ser levados às escolas, devem ser ensinados para crianças e adolescentes. Acredito, assim como no caso de muitas outras questões que envolvem tecnologia, que nós não vamos conseguir chegar ao ápice até da própria habilidade em lidar com essas ferramentas tecnológicas, mas, a partir do momento em que a criança e o adolescente forem ensinados desde a escola - acredito, essa é a minha opinião -, esse problema tenderá a ser minimizado com o passar dos anos.”

Depoimento do Sr. Sérgio Boeck, realizado no dia 06 de novembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9333>

“O Comprova surgiu, como ideia, praticamente dois anos atrás. A Abraji foi procurada pelo First Draft, que é uma organização internacional comandada pela Claire Wardle. Eles tiveram uma experiência interessante no Brexit e na eleição americana e depois fizeram uma coalizão de veículos na França na eleição que elegeu o Macron. Procuraram no Brasil uma entidade que pudesse reproduzir um pouco da experiência de verificação que foi feita naqueles países, a Abraji chamou várias organizações que trabalham com jornalismo, tivemos várias reuniões e, no final, sobraram 24 veículos que aceitaram formar uma coalizão para fazer verificação especificamente nas eleições presidenciais do ano passado.

O Comprova surgiu no período eleitoral exatamente e decidiu fazer o seu trabalho de verificação somente nas redes sociais, diferentemente do que



se faz no fact-checking, que é a verificação da veracidade do discurso de personalidades públicas, políticos, autoridades, coisas assim. Nós decidimos, então, fazer verificação somente naquilo que transitava pelas redes sociais em relação às eleições presidenciais do ano passado - por 12 semanas nós trabalhamos - e que tivesse muita viralização, ou pelo menos um grande potencial de viralização.

No começo, nós formamos uma pequena redação em São Paulo e trabalhamos remotamente com essas outras 24 redações. A ideia era que nós só publicaríamos alguma verificação se conseguíssemos ser absolutamente conclusivos. Não fizemos nenhuma interpretação; se não tivéssemos dados que pudessem mostrar uma conclusão sobre aquilo que estávamos verificando, não publicávamos. A gente chegou a publicar 146 verificações de boatos que tiveram grande alcance; quatro deles não eram boatos, eram verdade, mas eram conteúdos duvidosos no começo.

Para fazer a publicação, a gente sempre tinha três ou quatro jornalistas de veículos diferentes. Então, tinha essa diversidade, e precisávamos de que mais três veículos fizessem o que a gente chama de cross checagem, quer dizer, uma checagem cruzada, e fizessem a checagem da checagem - não é? - para ver se todos os elementos estavam ali, os que pudessem ser conclusivos, e a gente não tivesse nenhuma falha. Nossa meta era que não tivéssemos nenhum erro durante esse processo.

É um processo bastante lento. Durante as eleições, a gente até produziu bastante coisa. Nós retornamos agora, mas eu falo isso um pouquinho depois...

Essa metodologia faz o seguinte: a gente tem três etapas de produção - uma delas é o monitoramento, que é uma das mais importantes, outra é a verificação e a outra é a distribuição desse conteúdo.

O monitoramento contava com, primeiro, um trabalho de identificação dos atores envolvidos nas eleições, dos temas que estavam envolvidos nas eleições. E aqui tem um ponto importante, que é o seguinte: esses temas variam muito porque os boatos, esses conteúdos duvidosos seguem a agenda



pública, e eles vão e vêm como ondas. A agenda pública é um estímulo, os assuntos que estão na pauta são estímulos para a formação desse tipo de desinformação. Então, o monitoramento levava em consideração esses atores, esses temas, levava em consideração as plataformas que pudessem estar envolvidas nisso. Então, a gente monitorou nas eleições as plataformas mais conhecidas, como Facebook, Twitter, Reddit, Instagram, Gabi, Mano, vários aplicativos e várias plataformas.

O WhatsApp. No WhatsApp a gente fez um trabalho específico. Nós divulgamos um número, o WhatsApp nos cedeu um software para o acompanhamento de conteúdos em grande quantidade - e quando eu falo em grande quantidade é muita quantidade mesmo. Durante dez semanas que a gente trabalhou com WhatsApp, a gente recebeu 78 mil arquivos das pessoas que não conheciam antes aquele número, não era um número divulgado. Então, a gente divulgou em dez semanas e nessas dez semanas recebemos 78 mil arquivos, tivemos 350 mil trocas de mensagens. Contamos com o apoio de estagiários que nos ajudaram a fazer todo o atendimento dessas pessoas. E toda vez que a gente recebia esses conteúdos de WhatsApp, a gente levava para as ferramentas de monitoramento que a gente tinha para ver o alcance nas outras plataformas.

Acho que o Edgard já falou um pouco disto: não há como fazer verificação ou algum desmentido sem levar pela mão o boato. Então, fazer verificação ou fazer alguma publicação de verificação de um boato que não tenha tido muita viralização é um tiro no pé, a gente ajuda a promover o boato, não tem como fazer isso. E a grande dificuldade que nós temos é exatamente esta: identificar quem são as pessoas que foram afetadas por esse boato e como chegar a essas pessoas. Então, é muito difícil que se consiga identificar isso e fazer com que a gente só chegue ou só limite a verificação às pessoas que receberam o boato. Isso é praticamente impossível hoje.

Existem algumas iniciativas como o Fátima Bot, que é do Aos Fatos, que tenta identificar na web pessoas que estão fazendo divulgação de alguns



conteúdos que já foram verificados por eles e envia para esses perfis, para essas páginas a verificação pronta. Mas isso ainda é uma coisa muito incipiente.

Bom, voltando um pouco, quando a gente bate isso com a viralização, com o potencial de viralização que esses conteúdos têm, a gente vê ali qual é a nossa capacidade de verificação durante o dia e aqueles boatos ou aqueles conteúdos duvidosos que estão viralizando mais. E, a partir dali, a gente começa a fazer um trabalho que é similar em algum aspecto à cobertura jornalística, à investigação jornalística, mas ele se vale de muito software para isso, de muitos elementos assim.

Uma coisa que a gente tem tentado fazer mais e que eu acho que é uma chave importante para o trabalho de verificação é tentar encontrar e falar com o autor do post original. Esse post original nem sempre foi utilizado para semear algum conteúdo, algum boato, alguma coisa assim. Muitas vezes é utilizado por terceiros para dar um novo contexto. Então se busca sempre, fazendo uma metáfora aqui, um tijolinho de verdade para construir um castelo de mentiras. Sempre há alguma coisa de verdade que pode ser a isca para as pessoas consumirem aquela informação e, de repente, passarem adiante essa informação duvidosa, esse boato, essa coisa.

Bom, então, a gente faz a verificação, tenta chegar à pessoa que publicou e tenta fazer com que ela dê uma errata, se a gente consegue provar para ela que esse conteúdo é falso ou que ele é enganoso de alguma maneira, ou que ela pelo menos delete. É sempre melhor que ela publique uma errata, porque ela está em contato com pessoas que foram afetadas por esse conteúdo duvidoso antes, mas, se não, que ela delete. Então, este é mais ou menos o processo: a gente tenta, de qualquer maneira, buscar a fonte original e entender quais foram as razões, se ela tinha uma intenção que é a intenção que acabou sendo distribuída pela web ou se era uma intenção simplesmente de falar bem de algum candidato, falar bem de alguém de quem ela goste, ou seguir uma ideia que ela tenha e, às vezes, de uma forma muito ingênua.



Quando a gente vai para a construção da narrativa do que a gente publica na web, do resultado da nossa verificação, o que a gente tem tentado fazer é convidar as pessoas para seguirem aquele mesmo caminho e oferecer para as pessoas todos os elementos para que ela também possa experimentar a verificação que a gente fez. Isso é importante porque a gente tem uma crise de confiança no jornalismo. É importante que as pessoas entendam que o processo de investigação, a metodologia de investigação do jornalismo segue um determinado rigor e é importante que elas entendam por que aquilo é importante.

Então, seguir, oferecer para as pessoas esse mesmo caminho da verificação, fazer com que elas acessem todas as trocas de e-mails que a gente teve, que elas possam utilizar uma ferramenta que a gente utilizou, desde que esteja disponível para essas pessoas - e muitas delas estão, muitas delas são gratuitas, estão disponíveis na web -, isso é importante porque as pessoas veem onde está um pouco da malícia daquela informação que acabou circulando, começam a entender um pouco qual é o mecanismo que está por trás disso. Elas veem com os próprios olhos aquilo que a gente conseguiu concluir.

E a gente fecha sempre a verificação com a repercussão nas redes para mostrar: "Olha, a gente só fez essa verificação, o que nos levou a fazer a verificação desse conteúdo foi a grande viralização que ele teve". A gente tem hoje algumas ferramentas que nos possibilitam vislumbrar por algumas horas aonde vai chegar essa viralização. A partir de alguns algoritmos, vendo quais são as contas, quais são os perfis que estão envolvidos nessa divulgação, entender um pouco até aonde ela vai.

O Comprova encerrou com as eleições do segundo turno. A gente acabou fazendo no passado uma coalizão ampliada com vários outros veículos que não fazem parte do Comprova. Estava o E-farsas, estava o boatos.org, estava Lupa, Aos Fatos, Fato ou Fake da Globo... Vários outros e a gente fez verificação de 50 conteúdos duvidosos em 48 horas no último final de semana



das eleições. Acho que a gente contribuiu bastante para minimizar um pouco os efeitos dos boatos naquele momento.

O Comprova voltou esse ano para fazer a verificação de conteúdos duvidosos sobre políticas públicas do Governo Federal. Foi uma forma de a gente continuar atuando, porque ele tem um efeito muito educativo nas redações. A transparência e essa coisa de tentar buscar informação e cercar a informação a todo pano para que a gente não cometa erros é muito importante e a gente consegue levar isso para dentro das redações. E a gente está trabalhando, vamos trabalhar até 15 de dezembro, continuando nesse trabalho, porque a gente identificou que a polarização continuava. E ela continua mesmo, a gente tem boatos que estão no mesmo patamar do ano passado, mas com um número que nos parece ser muito maior de desinformação que circula neste momento nas redes.

Então, aquilo que está no nosso escopo tem o mesmo patamar...

... mas nos parece que existe muito mais informação circulando agora até do que nas eleições.”

Depoimento do Sr. Gilmar Henrique Lopes, realizado no dia 06 de novembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9333>

“Isso aqui é um trecho da minha palestra que eu faço já tem um tempo. Eu fiz no mês passado, na USP, e ela é muito maior do que isso. Eu peguei só alguns pontos aqui para mostrar para vocês.



Para quem não me conhece, o meu nome é Gilmar Lopes, eu sou analista de sistemas, eu não sou jornalista.

Eu trabalho há 25 anos já com informática e eu trabalho com softwares de mineração de dados e eu desenvolvo um software para uma rede de supermercados em São Paulo.

O site E-farsas foi criado no dia 1º de abril de 2002, está há 17 anos no ar. Então, de todas as agências aqui eu sou o mais velho - acho que de idade também sou o mais velho. E eu também participo de um quadro dentro do programa Você é Curioso?, na Rádio Bandeirantes. O quadro chama Verdadeiro ou Farsa, onde o ouvinte manda uma pergunta de alguma coisa que circulou na internet naquela semana e eu explico se é verdade ou se é mentira.

Eu também sou parceiro do Portal R7 e co-apresento o Fake em Nós com o Pirula, um biólogo muito conhecido no YouTube, lá no UOL.

A Deutsche Welle, que é uma agência de notícias alemã. Ela fez uma eleição no mundo inteiro dos sites que falam língua portuguesa. O E-farsas ficou em quarto lugar, perdeu para o Jovem Nerd, para o Cardoso e mais outro site que agora não lembro. O meu ficou em quarto lugar nessa votação.

E a ideia do E-farsas é de usar a própria internet como ferramenta para desmentir ou para confirmar as histórias que circulam nela, até para mostrar que qualquer um pode fazer isso. Eu era pedreiro quando comecei a fazer isso. Então, para mostrar que qualquer um com acesso à internet consegue fazer isso, tá?

O site não tem investidores. Então, quando a gente faz uma postagem lá sobre determinado político, vem sempre um que escreve lá: "Você está sendo financiado por esse político". Ou quando a gente fala sobre uma notícia que circulou sobre um remédio que cura todos os cânceres... Olha que perigo, a pessoa deixa de fazer o tratamento convencional para ficar se tratando com esses chazinhos que não resolvem nada. E aí a gente é acusado de ser financiado pela indústria farmacêutica, porque a indústria está ganhando.



Mentira, a gente não ganha quase nada com o site, a gente ganha uma merrequinha lá com o AdSense. A hospedagem do site é fornecida pelo Portal R7. Então, o maior gasto, o maior custo que a gente teria com o site é fornecido pelo Portal R7. Eu tenho um colaborador lá, que começou comigo agora, em 2019, que é o Marco Faustino, um jornalista de verdade. Ele faz uma pesquisa bem extensa, ele faz uns textos bem grandes. A gente até corta um pouquinho as asinhas dele porque ele escreve demais. Um abraço, Marco!

O que mais?

Pode pôr no próximo aqui, por favor.

Isso e o que eu falo nas minhas palestras. Fake news, o termo fake news, apesar de estar sendo cunhado um termo recente, já está no dicionário inglês, há 130 anos existe esse termo fake news. Mas, por causa do Trump, acabou sendo cunhado esse termo de fake news. Mas geralmente está sendo usado assim: quando uma notícia é contra mim e eu não gosto eu chamo de fake news. Então, com isso que a gente tem que tomar muito cuidado quando a gente começar a classificar as coisas como fake news, porque às vezes pode ser apenas e tão somente uma notícia falsa contra você ou uma notícia verdadeira contra você e você não gostou.

Geralmente, ela pede para ser repassada. Então, você vai receber uma corrente no WhatsApp dizendo assim: "Gente, vamos repassar para o número de pessoas. Todo mundo tem que saber disso".

É confusa e é cheia de contradições. Então o texto começa assim: "Foi descoberto essa semana que o chá de graviola cura câncer". E no mesmo texto embaixo está dizendo: "Isso já é sabido pela cultura chinesa há mais de mil anos", então, o próprio texto está se contradizendo.

Cita nomes de pessoas importantes para dar mais credibilidade. Eu começo a minha palestra citando a "cenolobra", que seria uma entidade que cuida dos nomes das localizações brasileiras. Não existe, mas eu falo isso para tentar enganar o público falando: "Gente, vocês sabem qual é a origem da palavra São Paulo?" Aí, eu invento uma história qualquer lá, mas eu coloco a



"cenolobra" no meio para enganar as pessoas. As pessoas falam: "Ah, a 'cenolobra' falou que existe essa história. Então é verdade". Então, gente, tem que tomar muito cuidado.

Um exemplo é exatamente o leite de alpiste que cura diabetes. Olha só que perigo! Eu nem sabia que o alpiste dava leite, mas, enfim...

A corrente que circulou nos anos anteriores era de que esse leite estaria sendo estudado pela Universidade do México e que tinha todas as propriedades de curar as pessoas do diabetes. E a pessoa acaba deixando de fazer o tratamento para ficar tomando esse chazinho.

A primeira coisa que a gente faz é procurar lá nessa universidade. Não tem o nome da pessoa que estaria envolvida com a pesquisa e tampouco a pesquisa existe. Eles usam isso para validar ainda mais a sua história.

E geralmente não sabe a autoria. Em alguns casos, a gente acaba descobrindo quem foi o primeiro site que publicou aquilo, quem foi o primeiro perfil no Twitter que publicou aquilo. Mas, em grande parte, a gente acaba não descobrindo. A gente encontra alguns sites que replicaram aquela notícia e a gente presume que aquele seria o primeiro, mas pode ser que ele apenas tenha copiado de outra pessoa.

Próximo.

Apela para o lado emocional. Então, geralmente, quando acontece uma coisa que teve uma grande repercussão... Como, por exemplo, há poucos dias circulou um vídeo de um cara, um sujeito batendo numa criança, colocaram isso no WhatsApp. Eles disseram assim: "Vamos repassar para o maior número de pessoas até chegar nas autoridades, que esse cara tem que ser preso". O caso tinha acontecido na Arábia Saudita, o rapaz já tinha sido preso e mesmo assim continuaram circulando esse vídeo do pai batendo na criança.

Na semana seguinte, no dia seguinte começaram a espalhar que esse sujeito já tinha sido preso e que tinha apanhado na cadeia. Quer dizer, eles estavam usando já da emoção do leitor para conseguir compartilhar aquilo ali.



Possui o tom alarmista e conspiratório. Aquele: "Olha, gente, só a gente que sabe, hein? Só a gente que está aqui nesse grupo sabe, hein? Vamos compartilhar antes que tirem do ar", sabe, essas coisas.

E cita nomes de cargos que não existem, que é aquele caso que eu falei para vocês da universidade.

Um exemplo de fake news que circulou na época das eleições. Essa pessoa terrível ao lado do Hitler... Não, desculpa, gente, brincadeira. A Dilma pequena do lado do Hitler. É uma montagem, gente, porque o Hitler morreu em 45 e a Dilma nasceu em 47. Tem a foto original aqui, na próxima tela. Olha lá, a foto original é essa do meio, tá? E a Dilma ali. A gente pode ver que ela era bonitinha desde pequena.

Próxima foto, só para gente mostrar aqui. Isso aqui também circulou na época de eleição, até para mostrar que o E-farsas não faz checagem só de um lado e também que não existem só dois lados, há vários lados. A gente também desmentiu essa, que seria o filho do Bolsonaro com uma camiseta dizendo... Xenofóbica, falando que os nordestinos deviam ir embora e tal... A foto original é essa aí, ele com o número 20 ali. Isso circulou muito na época das eleições.

Próximo.

Isso é o exemplo dos perigos da fake news, até que o meu colega ali, o Edgard falou. Foi em 2014, que essa moça aí, esse retrato falado seria de uma mulher que estaria fazendo magia negra com criança. Olha só, a gente está em pleno século XXI e as pessoas acreditam nisso. E aí, uma moça estava andando na rua e acabaram achando que ela parecia com essa moça e a lincharam. Acho que a próxima foto você pode até pular - pode pular -, que ela está machucada. Isso.

Ela morreu, ela morreu. E cinco dessas pessoas aí que participaram desse linchamento foram presas, as outras estão ainda livres por aí.



Essa é a fanpage que publicou a notícia. Depois ela fez o desmentido, mas aí eu acho que já era meio tarde.

E aqui é um exemplo que circulou há poucos dias de um site que foi criado recentemente para disseminar fake news. Então era assim... Quando os assessores do PT ganharam na Mega-Sena surgiu essa história dizendo que o assessor do PT tinha comprado um carro de luxo antes de saber que tinha ganhado na Mega-Sena.

Dá para passar para a próxima?

Isso foi o que circulou no WhatsApp. Então, ele teria comprado um carro de 650 mil - que, na verdade, é muito mais do que isso - três dias antes de saber que ele ia ganhar na Mega-Sena.

Pode pôr no próximo aqui.

Se a gente entrar em qualquer site de Whois - se inscreve lá Whois e o endereço do site - ele mostra quando que o site foi criado... Que foi criado lá em 30 de julho de 2019 e todos os dados estão bloqueados lá. Se é um site de notícia, deveria ter os dados ali abertos para que qualquer um pudesse entrar em contato. Mas, não, está tudo bloqueado.

E as notícias do site, olha lá, são todas as notícias genéricas. O site foi criado há um mês, o dono do site... Eu não sei, essa rede de sites aí... Até o Aos Fatos ou Comprova descobriu que isso é uma rede de sites que usa o mesmo AdSense para todos os sites.

Tem várias notícias genéricas e, no meio dessas genéricas, uma falando do PT, que teve milhares e milhares de compartilhamentos.

Onde que a gente pesquisa?

A gente pesquisa basicamente... O E-farsas basicamente o inicial, que são sites de buscas. A gente também faz busca reversa de imagens. Eu não vou conseguir mostrar para vocês, mas vocês podem entrar no site TinEye ou Google Images, jogar a imagem lá e ele mostra as imagens mais antigas



referentes àquela, iguais àquela ou as mais modificadas. A gente consegue até ter um panorama de onde surgiu aquela imagem, se ela é montagem ou não.

Software de edição. No caso, a gente pode usar até um software gratuito. Na minha palestra eu mostro uma foto de uma moça com um zíper na boca. Através do software de edição, a gente deixa a imagem um pouquinho mais clara e vê que tem uma montagem nela.

Tradutor on-line. Agora está muito fácil, porque a gente tem aí nos nossos navegadores os tradutores que fazem tradução até boa.

A Wikipedia. Muita gente não gosta muito da Wikipedia, porque diz que é bagunça, e tal. Mas a Wikipedia tem uma equipe que cuida de todas as alterações que são feitas lá na Wikipédia e também tem embaixo a bibliografia de onde foram tiradas aquelas informações.

E há o Google Books ali. Então, até na universidade, na faculdade, nas escolas onde dou minha palestra, eu explico para os alunos que se eles quiserem fazer um trabalho usando a Wikipedia, eles podem. O que eles fazem? Eles entram lá, querem falar sobre cavalo. Então, eles fazem uma busca lá sobre o verbete cavalo e aí embaixo tem toda a bibliografia de onde foram tirados aqueles dados para colocar na Wikipédia. Você pode entrar no Google Books, de graça, não dá para copiar... Aí, eu falo: "Ah, alunos, que pena, não dá para copiar". Mas você pode colocar no seu trabalho o que você olhou nos livros que foram referenciados na Wikipédia.

O YouTube. A gente faz parte de um selo chamado Science Vlogs Brasil, que contempla vários sites que têm esse selo que falam de ciência. Tudo que é falado lá a gente pode confiar... Nem sempre, porque o legal da ciência é que ela pode sempre ser verificada, checada e novas informações chegam. Mas esse selo só, esse vlog garante que esses grupos de sites e de canais - inclusive E-farsas está no meio - têm um conteúdo que pode ser levado a sério.

Fóruns. Pouca gente usa fóruns hoje em dia, mas ainda há muita coisa que a gente pode pesquisar lá. Há poucos dias eu publiquei lá no site um vídeo



de um cara se afogando dentro da areia movediça. Aí, eu descobri que há um fórum de gente especializada nisso. Eles filmam se afogando na areia movediça e depois eles saem. Porque dá para você sair, não é igual ao filme, em que você cai na areia movediça... Enfim.

Também, por último ali, bom senso. Deve ter bom senso para poder separar o que é verdade e o que não é.

Há mais alguma coisa para frente?

Esses são os dois sites de que eu falei: o TinEye.com e o Google Images, onde você pode jogar as imagens.

Acho que aí acaba.

Eu queria só pontuar duas coisas para vocês, rapidamente. Ontem, o Sr. Allan, do Terça Livre, falou algumas inverdades aqui para vocês. Não sei se vocês sabem, mas ele mostrou aqui algumas notícias para vocês e muitas dessas não eram verdadeiras, eram inverídicas. Ele disse aqui que as agências de checagem o estão perseguindo, mas, se ele falar a verdade, ninguém vai persegui-lo.

Ele falou ontem que o Brasil estava com um acordo com Cuba para troca de armas nucleares e ele mostrou aqui uma reportagem da Veja. Hoje de manhã eu publiquei lá no site... Eu entrei no site da Veja e vi que essa reportagem, na verdade, está falando de Coreia do Sul e Cuba. Não tem nada a ver com o Brasil...

Coreia do Norte, não é? Eu não sei de onde ele tirou essa informação, mas, como ele jogou para vocês, eu lembrei dessa história e quis falar para vocês.

Outro caso interessante que eu queria falar para vocês também - até o Edgard falou - é até aonde a gente pode ir com essa questão de correr atrás de fake news sem esbarrar na censura ou na liberdade de imprensa, na liberdade de opinião. Há poucos dias, no ano passado, para ser mais sincero, um jornal de Passo Fundo publicou uma notícia dizendo assim: "O pessoal se calou



depois que descobriu que o assassino da Marielle Franco é um assassino comum". Aí, a primeira coisa que eu fiz foi procurar no site do pessoal e vi que o pessoal não se calou. O pessoal está falando até hoje sobre isso, é um assunto que não sai da pauta do pessoal. Outra coisa: os assassinos da Marielle não são assassinos comuns. Ainda se está verificando; então, o assunto não está fechado.

Eu disse na matéria que essa pessoa que publicou essa notícia como forma de opinião - ele escreveu opinião ali em cima só para se valer, dizendo que aquilo era uma opinião, mas, na verdade, era uma notícia que estava publicando - estava errada, que a notícia estava errada, estava falsa. Depois eu coloquei lá embaixo que ela não estava falsa, ela estava equivocada. Como ela colocou uma label que ela era de opinião, ela tem a opinião dela. Acontece que a publicação dela nesse site teve dois milhões de visualizações - inclusive no dia seguinte eles fizeram outra publicação se vangloriando dessa postagem que teve dois milhões de visualizações -, e o nosso desmentido teve só 15 mil visualizações. E mesmo assim eu estou sendo processado por esse jornal, por desmentir uma coisa que eles falaram e que é inverídica.

Então, a gente tem de tomar muito cuidado. A gente tem uma linha muito tênue para decidir o que é fake news e também sem esbarrar na censura.

Gente, muito obrigado. Espero que vocês visitem o E-farsas.com. Qualquer coisa podem perguntar que eu vou tentar não - como ele falou ontem? - tergiversar.

Depoimento do Sr. Francisco Brito Cruz, realizado no dia 19 de novembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço



eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9379>

“O que eu vou compartilhar aqui com todos os senhores é um diagnóstico sobre o que está acontecendo na forma como estamos nos informando, como isso impacta campanhas políticas e a propaganda política. Isso é fruto de um trabalho individual e coletivo - individual, porque esse foi o tema do meu doutorado, que defendi agora em junho; e, coletivo, porque é também fruto de um esforço coletivo de pesquisa no InternetLab, organização que dirijo, em São Paulo, que é um centro de pesquisa em direito de tecnologia, dedicado a produzir diagnósticos e participar desses debates.

Já aviso de pronto que a minha apresentação vai ser estruturada a partir deste documento aqui, que vou transmitir, imediatamente, ao Presidente e à Relatora, que é fruto do nosso trabalho. Isso está disponível na internet, no nosso site. Quem quiser acessar pode acessar. Eu trouxe mais cópias físicas aos Deputados e Deputadas que aqui estão presentes.

Isso vai, vamos dizer, estruturar a minha apresentação, porque aí há, vamos dizer, uma versão expandida do nosso diagnóstico e recomendações também. Por que não? Pensar em caminhos para frente, numa agenda mais propositiva do que dá para ser feito, e tudo mais.

Então, vou começar aqui com as senhoras e os senhores, falando um pouco deste "nomão" que eu coloquei na apresentação: "Redes de comunicação política em tempos de transformação nas lógicas de produção de informação". É um nome grande e é de propósito. É para reforçar que isso é um tema muito complexo.

Não dá para a gente, vamos dizer, encapsular o assunto em um termo só, sem reduzir muito a complexidade do assunto.

Peço para passar.



Bom, a minha apresentação vai ter três partes: a primeira é um diagnóstico, a segunda é uma discussão sobre o cenário que a gente tem hoje, a partir desse diagnóstico, e, na terceira, vou me reservar para fazer algumas recomendações para caminhos a serem seguidos, mesmo sabendo que a Comissão agora se encontra no estágio anterior a um debate mais propositivo, mas eu não poderia deixar de trazer isso aqui para discussão.

Vamos lá.

O diagnóstico: o que aconteceu no Brasil? Por que que a gente está debruçado neste tema tão complexo?

Acho que o fundamental é que a nossa dieta de mídia se transformou radicalmente nos últimos 30 anos. Antes, o brasileiro, como se fosse um feijão com arroz, se alimentava, vamos dizer, em termos de informação política, do que via pela TV. E cada um, em sua cidade, tinha um acompanhamento diferente, mas o feijão com arroz estava lá, e isso estruturava com a gente fazia política. Isso estruturava como as pessoas se informavam, porque, na hora em que elas buscavam saber de um candidato, era lá que elas olhavam.

E essa transformação na dieta de mídia brasileira tornou-a mais híbrida, ou seja, não é só um meio que tem preponderância em relação aos demais. A gente tem a TV convivendo com a internet, convivendo com os jornais, e, inclusive, a TV e os jornais entrando na internet. Então, a gente tem, vamos dizer, uma dieta em que um modal não tem uma dominância, nem um modal nem uma empresa, em termos absolutos, se a gente olhar as divisões de mercado que se tem, e tem uma dieta mais aberta a novos atores. Por quê? Porque a barreira para entrar nesse mercado de distribuição, circulação, produção de informação política se, vamos dizer, esfacelou. Há menos barreira.

Isso também passa por uma reformulação no papel da audiência. Por quê? Porque a audiência passa a distribuir conteúdo também. E aí vem toda aquela discussão dos algoritmos. A gente pode ter ela um pouco mais aqui, mas o ponto é que a gente se transferiu, de um modelo de comunicação de



massa - ou seja, de um para muitos, de um para a massa -, para um modelo de autocomunicação de massa. Ou seja, cada um de nós é potencialmente um comunicador de massa. E isso é bastante importante, se a gente considera que só é assim porque as coisas começaram a funcionar em rede. A internet é uma rede aberta. Qualquer um pode, com baixíssimo recurso, se conectar a ela e postar qualquer coisa nela, seja numa plataforma como o Facebook, como o Instagram etc., seja num website mesmo. Então, pensar em rede é fundamental.

E, claramente, isso teria impacto nas campanhas políticas, porque elas foram se transformando em campanhas em rede.

O que isso significa? Eu gosto de usar uma metáfora e eu vou usar essa metáfora algumas vezes aqui, na minha apresentação. É como se a gente tivesse um jogo de futebol, e os dois times estão lá, jogando um contra o outro, e, de repente, o alambrado que separa a arquibancada do campo se desfaz, e a torcida tem a possibilidade de entrar no campo e jogar junto.

Mas aí vocês vão dizer: isso reconfigura o papel da militância? Com certeza. Ao mesmo tempo, significa que qualquer um que quiser entrar no campo, inclusive aqueles que estão mal-intencionados, inclusive aqueles que podem estar combinados com o time que está jogando lá, para ajudar, inclusive aqueles que vão eventualmente fazer condutas ilícitas... Todo mundo pode entrar no campo. Por quê? Porque o alambrado não existe mais. Essa barreira não existe mais. Não é?

Isso é o que eu estou querendo explicar com campanhas em rede. São essas campanhas em que qualquer um pode se plugar e nas quais os componentes dessa rede têm relações diversas entre si.

Você tem aqueles componentes que têm relação de controle: eu controlo você, eu contratei você. Você tem aqueles componentes que têm relação de aliança, ou seja, eu sou seu amiguinho, vou jogar junto com você. E há aqueles que têm relação de sinergia, ou seja, a gente nem conversa, às vezes a gente nem tem a mesma finalidade, mas a gente trabalha, vamos dizer, com um



mesmo objetivo prático. A gente está, vamos dizer, produzindo os mesmos efeitos.

E a ideia de que qualquer um pode se plugar é muito importante, porque isso faz com que, potencialmente, qualquer campanha tenha componentes de militância orgânica e componentes que não são de militância orgânica, porque qualquer coisa pode se plugar nela, não é? E acho que isso é um elemento central do diagnóstico.

A campanha deixou de funcionar na mão do marqueteiro que, vamos dizer, construía uma narrativa grandiloquente e que abarcaria e que se comunicaria com todos os brasileiros ao mesmo tempo. Isso não acontece mais. Por quê? Porque cada brasileiro vai receber uma mensagem de um jeito. Por quê? Porque cada brasileiro vai ter uma dieta de mídia diferente.

Pode passar.

E, continuando no diagnóstico, isso ocorre em paralelo com outros processos também muito relevantes. O primeiro é que há uma minoração da importância da lógica jornalística na dinâmica de produção e circulação de informação política. O que eu quero dizer? É o que muita gente tem aqui dito como uma espécie de crise do jornalismo. O que que eu quero dizer com isso? Bom, a crise do jornalismo tem um lado econômico. Então, essas empresas jornalísticas que custam caro, porque a apuração custa caro, como os senhores e as senhoras já sabem, passam a ter que competir com gigantes da tecnologia. E por anúncio, porque essa é a renda dessas empresas.

Por outro lado, existe uma crise nessas instituições de mediação, muito porque a gente vive um cenário de instabilidade político-jurídica. A gente passou por um momento em que uma boa parte da classe política foi presa. A gente teve uma operação anticorrupção gigantesca no Brasil. E o fato de que isso produziu instabilidade é um consenso para todo mundo.

E um tensionamento dos discursos, a chamada polarização. Isso também prejudica a dinâmica jornalística, não é?



E, aí, eu acho que é importante, nesse diagnóstico, dizer como a ideia de que existe uma relação direta entre o povo e os políticos, ou a nova política, é uma falácia. Por quê? Porque a ideia da desintermediação, ou seja, a ideia de que político e povo se comunicam agora pela tecnologia, e não há nada mais que os intermedeie apaga a presença dos intermediários digitais, apaga a presença das plataformas de internet, que são fruto de uma série de escolhas empresariais e técnicas que têm que estar na conversa.

Isso não quer dizer que a gente tenha que vilanizar essas plataformas, mas achar que desintermediou, não há mais intermediário algum, é absolutamente uma falácia. Há intermediário, sim, e são essas grandes empresas. E isso, esse cenário, interagiu com regras do jogo postas, e essas regras do jogo não foram projetadas para o jeito que o jogo é jogado hoje. Acho que isso é o fundamental.

Então, essas regras do jogo foram feitas para um jogo jogado, o jogo dos marqueteiros, dessa narrativa para todo mundo ao mesmo tempo, que vai se comunicar com a senhora no Amapá, com o jovem em Campinas e com o senhor de meia-idade em Goiás. Não é mais assim.

Isso interagiu com as regras do jogo mais antigas e, por consequência, a gente vê uma série de atritos, como eu vou falar daqui a pouco.

Eu acho que, em 2018, isso esteve presente. Esteve presente em várias campanhas, esteve presente em várias campanhas vitoriosas... A ideia de campanha em rede não necessariamente é uma coisa que, na minha opinião, diz mal em relação às campanhas, mas o fato é que se tornou mais possível agregar componentes problemáticos ou não problemáticos.

Pode passar.

Bom, e aí eu vou discutir um pouco o cenário que nós temos, com as novidades e os seus problemas. Vou dividir em quatro.



A primeira coisa é que, nesse novo cenário, dessa nova dieta de mídia do brasileiro, nós temos a presença de novas técnicas. O que que significa isso?

Hoje, dados pessoais são um insumo importantíssimo para as campanhas. Nenhum disparo em massa consegue ser feito sem telefones para serem disparados, sem você conseguir um telefone para você disparar a mensagem, certo? Esse telefone é dado pessoal de alguém. A gente sabe que existe um mercado de dados pessoais no Brasil, tanto que, se você for a Santa Efigênia, em São Paulo, com algum dinheiro no bolso, não é segredo para ninguém que é possível comprar uma lista de CPFs e telefones. Isso é um mercado agora regulado pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, mas que se torna realidade não só para o marketing comercial, mas para o marketing político também.

Outra coisa: automatização, automação de rotinas, a ideia de que você consegue fazer um programa de computador fazer coisas por você. Isso pode ser bom e isso pode ser ruim, já discuto.

Marketing de influência. Você tem os influenciadores digitais, é uma nova técnica. Por quê? Porque esses influenciadores conseguem arrebanhar muitos seguidores, seja lá por que, e eles se tornam players importantes na política.

Por que que eu estou dizendo que isso é importante? Vamos pensar em termos de regulação de campanha: se alguém dirige um carro daqui até algum outro lugar, levando material de campanha, isso é algo a ser declarado pela campanha? Será que eu deveria ou não declarar um posto de um influenciador digital que tem 5 milhões de seguidores na campanha? O que que vale mais? Às vezes, o que vale mais é o posto desse influenciador, mas também a opinião pessoal dele. Isso complexifica as coisas. E também há o surgimento de uma mídia digital hiperpartidária. O que que significa isso? São veículos de mídia que parecem jornais, parece que fazem jornalismo, mas no fundo fazem propaganda.



Isso já existia, mas no meio digital isso é relevante, especialmente porque você tem menos barreiras de entrada.

Novas fraudes.

Então, com todas essas novas técnicas, você pode criar uma série de problemas ao acesso à informação de qualidade, isso é um valor importante. Então, você tem os bots, como já deve ter sido discutido aqui, as diversas modalidades de comportamento inautêntico... O que quer dizer isso? É gente parecendo uma coisa e sendo outra.

Comportamento inautêntico é um conceito interessante, porque vai além dos bots. Então, vamos dizer: o que que é um comportamento inautêntico para o Facebook, por exemplo? É se eu tiver uma série de páginas, que parecem jornais de cidades diferentes, mas são todas elas controladas pela mesma pessoa. Pode fazer propaganda para um lado, pode fazer propaganda para o outro, mas isso, em si, é um comportamento que fraudava a informação que você tem sobre o debate público. E também o roubo ou abuso de dados.

Se eu roubo uma base de dados gigantesca, para fazer propaganda, isso é uma fraude importante.

Há uma série de violências e danos, como estão colocadas aí...

As violências e danos, então, a gente tem ataques cibernéticos. Teve uma série de grupos feitos para a campanha eleitoral que foram atacados por hackers e a gente sabe disso, não é? Então, abre-se uma nova fronteira para discutir cibersegurança. Tem um aumento na capacidade de circulação de qualquer discurso, portanto, também, de discursos violentos, de discursos discriminatórios, e tem problemas evidentes na proteção das reputações e na igualdade de chances nas eleições. Por quê? Porque igualdade de chances é um valor que nós temos que proteger para ter eleições íntegras, para ter eleições com integridade.

E, por fim, comentando a parte jurídica - e aí faço as vezes, porque sou advogado e estudo Direito, então acho que essa é uma parte muito importante



-, essa regulação baseada na ideia de propaganda eleitoral, como se a propaganda eleitoral fosse autoevidente, funcionava para a TV, porque ela era autoevidente na TV. Agora, quando a gente fala da internet, ela não é mais autoevidente, fica difícil de distinguir o que é manifestação espontânea do eleitor e o que é propaganda eleitoral. Nós não temos parâmetros jurídicos para isso. E, muitas vezes, a regulação que surge ela surgiu unicamente baseada na noção de remoção e responsabilização, como se aumentar dose disso fosse o único remédio para essa questão. Apesar de ser um remédio importante, esse não é o único remédio, até porque, se você aumenta muito a dose de um remédio, todo mundo sabe que ele vira veneno, ele acaba virando veneno. Então, existe o problema da dose aí.

Outra questão de inadequação jurídica é que a gente tem uma cultura de proteção jurídica à privacidade incipiente no Brasil. A gente acabou de aprovar a legislação de proteção de dados pessoais, que é muito importante; a gente nem a aplicou ainda, só que os problemas de uso indevido de dados por campanhas e propaganda política já estão aí. Então, como a gente resolve essa questão de cultura de privacidade insuficiente e incipiente? E, além de tudo, na forma como o nosso Judiciário funciona - e aí trago como bagagem os levantamentos que fazemos de jurisprudência no InternetLab -, a gente vê um quadro um tanto quanto dramático que é o seguinte: por um lado, há uma hipertrofia na proteção da honra e da reputação, mesmo que esses sejam valores que tenham que ser protegidos; mas, por outro lado, há uma atrofia na defesa de grupos vulneráveis e isso é garantido pela legislação, não há como fugir disso. A gente tem tipificação para injúria racial, por exemplo, não é? A gente tem tipificação, agora com base na decisão do Supremo Tribunal Federal, para outros tipos de injúrias discriminatórias.

Então, assim, há uma inadequação jurídica tanto no plano legislativo quanto no plano regulatório, em termos de TSE, mas também no plano da jurisprudência, e todas essas questões fazem parte do quadro que a gente encontra hoje e no que a gente precisa se debruçar para poder avançar. Não estou exigindo aqui - claro que não - que a gente vá resolver isso de uma hora



para outra, até porque problemas antigos não deixaram de existir, mesmo a gente se esforçando para eles deixarem de existir. Caixa dois ainda existe, compra de voto ainda existe e, muitas vezes, eles se reinventaram. O ponto é que a gente não consegue fugir dessa discussão e por isso que esta Comissão é tão importante.

Pode passar.

E aí, indo para recomendações, eu fiz aqui oito. Irei bem rápido para não tomar muito tempo e a gente poder ir para a discussão.

A primeira coisa é: menos consequencialismo e mais discussão de valores. Por quê? Porque é muito difícil você saber o que teve efeito numa eleição, por exemplo. É muito difícil. Cientistas políticos se debruçam em relação a isso há anos, há décadas, não é? O ponto não é o que muda o voto ou não, o ponto é o que é certo ou não, o que está protegendo valores ou não, o valor da igualdade de chances, o valor da liberdade de expressão, o valor da privacidade. Então, vamos centrar a discussão em valores - isto é muito importante - e no acesso à informação também, porque a gente, às vezes, não discute muito a informação. A discussão para mim sobre bots, por exemplo, é uma discussão sobre o acesso à informação, porque você tem acesso à informação, ao que é um debate público que está acontecendo autenticamente, e não, vamos dizer, ao que se está fingindo que é um debate público.

Em segundo lugar, é necessário a gente pensar nesse aperfeiçoamento com o envolvimento de todos os setores. Esse é o caminho do equilíbrio, é assim que foi na legislação de proteção de dados pessoais, é assim que foi no Marco Civil da Internet, que foi modelo para o mundo todo e colocou o Brasil como exemplo. Enfim, acho que o envolvimento em relação a todos os setores é crucial. Sei que a Comissão está fazendo esse esforço, o que é muito salutar, e acho que a gente tem de continuar nesse esforço.

A terceira coisa é que controle de conteúdo não pode ser a única aposta. Por quê? Porque, ele, obviamente, é importante. Ninguém quer que haja imagens de exploração sexual de crianças e de adolescentes na internet. Você



tem de controlar esse conteúdo, por exemplo, evidentemente. Agora, vamos apostar unicamente nisso e fechar os olhos para uma alternativa interessante, que é minimizar o controle de conteúdo e combiná-lo com uma proteção agnóstica em relação ao conteúdo, ao acesso à informação, ou seja, combater bots, independentemente do lado em que eles estejam; combater comportamentos inautênticos, independentemente do lado em que eles estejam; combater usos e abusos indevidos de dados pessoais, independentemente do lado em que eles estejam? Isso melhora a qualidade do debate público de uma forma geral e aumenta a legitimidade da regulação, porque aí você percebe que você não está só controlando conteúdo, que você está, vamos dizer, fazendo as regras do jogo mais justas para todo mundo.

A aplicação da lei é essencial quando a gente tem controle de conteúdo, para que haja parâmetros, testes e teses jurisprudenciais, para não haver abuso. Isso é fundamental. Então, o que o Marco Civil trouxe para, por exemplo, você ter uma quebra de sigilo... Há a ideia de que há uma fundada ocorrência de ilícito. Isso é fundamental. Se não houvesse isso, qualquer sigilo na internet estava quebrado agora. Então, é fundamental que haja parâmetros.

Em quinto lugar, tem de haver boas práticas para influenciadores digitais, boas práticas do sentido mais tranquilo mesmo; nem estou falando de regulação. Mas, para uma pessoa que tem 300 mil seguidores, que mora no interior do Brasil e que não se envolveu antes em uma campanha, é preciso haver algum tipo de orientação do que ela pode ou não pode fazer por parte do TSE ou por parte mesmo dos órgãos que estão discutindo essa questão.

Em sexto lugar, a proteção de dados pessoais é essencial. Trago aqui o exemplo do PL 3.843, de 2019, do Deputado Mário Heringer, que é um exemplo de um bom começo de conversa. Ele fala: "Vamos tentar criar o que, na lei eleitoral, tem de conversar com a LGPD em termos de compartilhamento de dados entre candidatos e partidos, por exemplo, ou em termos de fiscalização mesmo por parte da Justiça Eleitoral!".



Em sétimo lugar, a cibersegurança não é só assunto de governos e empresas. Grupos da sociedade civil sofrem ataques cibernéticos e precisam ter uma atenção.

Em oitavo lugar, as plataformas de internet, em primeiro lugar, antes de a gente discutir regulação e antes de a gente discutir qualquer outro assunto em relação a elas, têm de se comprometer com a transparência. Elas têm de se comprometer com a transparência em termos do marketing digital: quem contrata impulsionamento? Em quais termos aquela pessoa o está contratando? Quanto dinheiro foi colocado? Qual é o público que foi selecionado para aquele anúncio ser direcionado? Além disso, é preciso haver transparência em termos de moderação de conteúdo. Conteúdos não podem cair sem se saber por quê. Por quê? Porque isso é fundamental em termos democráticos. Se um conteúdo caiu, muitas vezes a expressão de alguém é que se tornou vulnerável. Então, isso precisa estar muito claro, até para que haja um ganho de legitimidade.

Próximo: recomendações.

E termino com uma questão de agenda estratégica para discutir com os senhores, que são três perguntas. A primeira: quando começa uma campanha na internet? Será que a gente não teria de discutir essa questão de uma forma mais alongada? Por quê? Porque na TV é fácil; marca-se o dia para começar e o horário que vai passar. Agora, como você não tem o controle do que passa na internet e do que não passa, a campanha já começou hoje. Como a gente vai lidar com essa realidade? Talvez isso sirva de agenda estratégica para a gente pensar nas regras do jogo para frente, porque o jogo já mudou, o jogo já está sendo jogado de forma diferente.

Em segundo lugar: o que deve ser considerado propaganda eleitoral? Não há na legislação brasileira, como os senhores sabem, uma construção do que é exatamente propaganda eleitoral; há uma construção do que não é propaganda eleitoral. O problema é que na internet, com eu estava dizendo anteriormente, a propaganda eleitoral não é autoevidente; então, precisa-se de



algum tipo de definição, porque ser propaganda eleitoral, como os senhores sabem, carrega dezenas de regras: a propaganda eleitoral tem que ser em português, a propaganda eleitoral não pode ter meios destinados a criar emoções nos eleitores, a propaganda eleitoral não pode ser de guerra, isso entre várias outras coisas. Então, o que é a propaganda eleitoral para carregar todas essas regras? A gente precisa saber o que é.

Por fim, uma questão que eu sei que não é tranquila, mas eu queria começar esse debate, porque eu sei que ele é longo. O que é? Responsabilização. Qual é o meu argumento? Vamos dizer que as senhoras e os senhores são donos ou presidentes de um time de futebol. Vai haver um jogo, um grande clássico, e o time visitante vai estar presente. Haverá um espaço para a torcida do time visitante, e vocês vão lá e delimitam esse espaço. São 300 pessoas do time visitante e 5 mil pessoas do time da casa, só que o presidente do clube vai lá e coloca o time visitante em uma área que não tem alambrado nenhum, desprotegida, sem polícia, sem ninguém, sem segurança, sem nada, no meio das 5 mil do time da casa. E aí eles vão lá e apanham. O que acontece hoje quando a gente tem um caso como esse no futebol? O que acontece é que o time perde o mando, o time é punido, porque ele agiu com imprudência; ele não poderia ter deixado aquele grupo de 300 pessoas no meio das 5 mil livre para serem espancadas, certo?

Então, qual é o ponto que eu quero discutir com as senhoras e com os senhores? Candidatos devem agir com qual prudência durante a campanha eleitoral? Porque, se você não tem como controlar o que se pluga em uma rede de campanha, talvez você tenha como usar outros tipos de responsabilização que sejam mais eficientes. Isso não significa, na minha opinião, criar mecanismos que uma campanha consiga sabotar a outra. A gente tem de pensar muito bem em como vai fazer isso; esse é um processo de discussão de longo prazo.

Só que, se a regra do jogo mudou, a gente tem de ter esse nível de ousadia para pensar a regra do jogo para frente, senão a gente vai continuar



enxugando gelo em termo de pedido de remoção, e a Justiça Eleitoral vai continuar sendo o que ela é hoje: um palco para declarar se uma coisa é verdade ou não e conseguir a manchete do dia seguinte. Eu acho esse um papel insuficiente para a Justiça Eleitoral, insuficiente em termos de regra do jogo. Parece que o juiz está perdido e vai ser usado por um lado e por outro. Acho que a gente tem muito a ganhar nessa discussão.”

Depoimento do Sr. Emerson Wendt, realizado no dia 19 de novembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9379>

*“O objetivo meu aqui - gostaria que já pudesse passar - é talvez trazer não só alguns aspectos relativos ao tema investigação criminal dos delitos praticados no âmbito e na internet, um assunto que eu tenho trabalhado desde 2005. Ministrei vários cursos em várias localidades do País, principalmente para policiais, e desde então tenho me dedicado também não só a essa parte operativa, mas à parte de estudos acadêmicos, e esse é o campo hoje também do estudo relativo ao doutorado que estou fazendo na Universidade La Salle em Canoas. É justamente uma interação no contexto direito, internet e sociedade. Até um trabalho anterior, que também foi produto de um livro, *Internet & Direito Penal*, tem justamente uma observação sobre isso. Fiz uma pesquisa a que praticamente mil pessoas do País todo responderam, e 92% da população nacional quer algum tipo de regulação no contexto da internet, ou seja, ainda temem não só contexto de risco, mas o contexto de medo também na internet. Para isso é importante conhecer esses desafios que a sociedade*



tem frente aos chamados delitos informáticos ou delitos eletrônicos ou delitos digitais, seja lá qual for o nome dado e a amplitude que se queira dar.

Eu tenho me dedicado mais neste momento justamente a como aconteceu essa timeline do direito normatizado, do direito projetado no Brasil, em relação aos projetos de lei, em relação ao que já existe sobre o tema, pautando justamente uma correlação disso com essa parte estrutural que existe em relação à investigação, porque justamente nesse aspecto talvez esteja o principal problema que faça gerar a sensação de impunidade e fazer com que as pessoas queiram mais uma lei, mais uma lei, sendo que, na realidade, lá embaixo, as coisas não são resolvidas. Então, a ideia é trabalhar o segundo e o terceiro tema com vocês aqui, principalmente na questão da timeline das perspectivas de persecução da criminalidade no País.

Pode passar.

Uma timeline do direito projetado e legislado no Brasil, se puder passar na próxima, a gente já vai ter um emaranhado de legislação. Eu procurei estabelecer um deadline na Constituição Federal, mas retornei um pouquinho antes, no ano anterior, porque ali existia a primeira lei que tratou dessa parte de informática, que foi a lei de software. Mas procurei separar justamente as legislações que são do aspecto procedimental do aspecto penal.

No aspecto procedimental, por exemplo, a primeira lei que surgiu foi a lei de interceptação telefônica, telemática e de informática. Aí a gente já tem um dos primeiros grandes problemas em relação a investigação hoje, porque todo e qualquer interceptação informática e telemática que se faça, claro, com a devida vênua judicial, você não consegue ler o conteúdo, em razão da criptografia. Ou seja, não existe um mandamento obrigando os provedores de conteúdo, provedores de conexão, quem tem essa chave criptográfica, a entregar para a autoridade policial ou ao juiz para poder fazer a leitura daqueles dados, tanto é que a parte da interceptação telemática e de informática é pouco utilizada, em razão disso.



Nós tivemos outras legislações relativamente a essa questão procedimental. Uma delas é a questão da infiltração de policiais na internet, a Lei 3.441, que foi um grande avanço nesse contexto justamente para estabelecer parâmetros disso. E nós tivemos, na parte penal, talvez o primeiro projeto de lei que tratou especificamente disso, uma cópia de uma legislação de 1990 do Reino Unido, o Projeto de Lei do Senado 152, que se transformou no Projeto de Lei nº 4.102, da Câmara dos Deputados e está até hoje no Congresso Nacional; em 2017, foi a última movimentação, por assim dizer.

Nós temos também um aspecto que eu chamo genericamente, para facilitar, de política pública: a Lei 12.735, que foi o que restou do antigo Projeto de Lei Azeredo, estabelecendo que os Estados deverão criar estruturas para o enfrentamento da criminalidade praticada através da rede mundial de computadores. É uma lei que foi sancionada em 2012 e que, na verdade, não tem tido um fomento centralizado nacionalmente justamente para fazer com que as estruturas sejam realmente postas em atividade no País como um todo.

Nós tivemos também, originado de um projeto de 2009, em termos de política pública, a questão relativa a uma política nacional de enfrentamento ao bullying, principalmente no ambiente escolar, que gerou na Lei 13.185, aprovada em 2015.

Em relação à questão eleitoral é interessante fazer uma abordagem também, porque nós tivemos, já na Lei 9.504, uma previsão quanto à questão da fraude em relação às urnas, mas o contexto da internet surgiu na norma federal em 2009 e em 2013, com um tipo em relação a essa questão da propagação, de certa forma, de notícias, e esse tipo foi incrementado agora com outro tipo penal com a Lei 13.834, que teve justamente um veto presidencial, e esse veto derrubado aqui no Congresso Nacional.

E nós temos vários projetos que são discutidos relativamente ao tema, não só alguns que são remetidos ao Código de Processo Penal, mas alguns que fazem referência ao Marco Civil da Internet, propiciando novas formas, principalmente, de remoção de conteúdo e responsabilização de provedores.



Poderia ficar aqui um grande período de tempo falando sobre cada um desses atos normativos, mas não é o objetivo. Gostaria de passar à sequência.

Os projetos de lei: para se ter um contexto sobre fake news, eu encontrei 27 projetos aqui no Congresso Nacional, e a gente pode separar na Câmara dos Deputados por três blocos, totalizando em torno de 24 projetos. A maioria deles contempla a questão da criminalização; pouquíssimos ou quase nenhum, a questão de eventual política de orientação, de prevenção em relação a isso; e alguns aspectos na parte procedimental, como alguma previsão relativamente à remoção de conteúdo, principalmente - talvez seja o mote principal. E aqui no Senado Federal, três projetos, dois no ano passado e um deste ano, também tratando do assunto; dois deles contendo também essa incursão penal dentro da legislação eleitoral, que, no meu entender, já estaria, de certa forma, subsumida com essa Lei 13.834 - se não me falha a memória -, deste ano.

Então, o enquadramento hoje possível que nós temos, não só pelo Código Penal, mas também pela legislação eleitoral, está ali nos arts. 138 a 140 do Código Penal e também no art. 57-H da Lei 9.504, que foi inserido pela Lei 12.891, e neste artigo novo inserido neste ano, ou seja, de certa forma uma possibilidade de aplicação do ponto de vista penal, além dos projetos que eu procurei categorizar neste assunto.

Pode passar.

Da mesma forma o bullying, que é outro objeto da Comissão. Hoje nós temos um enquadramento possível também na parte da legislação penal da ofensa à honra, principalmente, e da questão da lesão corporal, seja ela leve ou até mesmo grave ou gravíssima, dependendo do contexto, em razão da possibilidade de considerar como lesão a violência psicológica.

Mas nós temos dez projetos relativamente a esse tema, e nenhum dos projetos contempla, até porque já existe, naturalmente, uma política pública, mas não se faz, de certa forma, essa política pública ser vista lá embaixo, ou seja, lá onde deve principalmente acontecer, que é nos colégios. Pelo que eu



tenho acompanhado, a maioria dos estabelecimentos de ensino fundamental e de ensino médio não sabem lidar com a questão do bullying ou do cyberbullying. Então há a necessidade, sim, de uma política relativa principalmente à prevenção de caráter nacional em relação a isso.

E nós temos um outro aspecto que praticamente nenhum dos projetos aborda, que é a imediata remoção de conteúdos, sem necessariamente depender de uma ordem judicial. Eu não sei como acontece nos outros Estados, mas, dependendo do contexto, no Estado do Rio Grande do Sul, às vezes uma ordem judicial demora de 30 a 45 ou 60 dias para ser emitida. É tempo suficiente para aquela notícia, aquele cyberbullying ser propagado no ambiente digital e não haver mais retorno, mesmo que haja uma ordem judicial em razão disso. Então, alguma medida... Embora alguns possam não considerar extremamente satisfatória essa possibilidade, mas há necessidade de praticamente se igualar ali o que existe em relação à questão da intimidade prevista no Marco Civil da Internet, também em relação ao cyberbullying e ao cyberstalking de certa forma também.

Pode passar, por favor.

Então, no parecer substitutivo do bullying do ano passado, procurou-se consolidar esses dez projetos, propondo a criação de três tipos penais. Toda aquela parte ali, prevendo aspectos procedimentais, ou o que eu chamo de administrativo, quando há possibilidade de notificação, por exemplo, de um provedor de conteúdo para retirada daquela informação, neste e também no projeto substitutivo apresentado este ano foram retirados. Só ficou a parte penal. Isso, no meu entender, causa um sério prejuízo, porque a contingência penal nem sempre vai resolver o problema lá na ponta.

Pode passar.

Cyberstalking hoje tem dois enquadramentos possíveis, principalmente a questão da ameaça, a contravenção penal de perturbação da tranquilidade, ou seja, já temos uma possibilidade de enquadramento, mesmo que a pena seja pequena, depende de interesses. Isto aqui é um aspecto que influencia muito lá



a aplicação da Lei Maria da Penha com as medidas protetivas de urgência, porque tem um caráter muito próximo da relação doméstica.

Pode passar. O cyberstalking...

Pode passar, por favor.

O cyberstalking tem seis projetos, e da mesma forma esses projetos apenas contemplam a parte penal; a parte de eventual política pública em relação a isso ou procedimental é colocada de lado, e isso seria a criação do tipo penal de perseguição.

Pode passar.

Então, a lógica que eu tenho justamente visto nesse contexto é de termos uma legislação que vise à pena, à punição. Temos aí nesse contexto a legislação relativamente ao Marco Civil da Internet e à Lei Geral de Proteção de Dados, que são extremamente importantes, nos trazem direitos - o Marco Civil da Internet também traz deveres aos provedores de aplicação e conexão - , mas, do ponto de vista procedimental de políticas públicas, ainda há a necessidade de um reforço nesse contexto, justamente para obrigar os gestores - eu não estou falando só de gestores públicos, mas também dos privados, principalmente na questão do estabelecimento de ensino - a adotarem o que eu chamei genericamente de políticas públicas.

Pode passar.

Do ponto de vista da persecução da criminalidade cibernética, Senador - se me permite mais um ou dois minutos -, nós não temos, de certa forma, a não ser a Lei 12.735, a que já me referi, com a criação de órgãos estruturados em relação à questão de equipes especializadas no enfrentamento a essa criminalidade no âmbito da internet. Nós só temos essa legislação, mas não temos... Por exemplo, Portugal tem uma legislação bianual que estabelece o que a polícia judiciária deve fazer nos próximos dois anos, principalmente concentrando seu foco naquilo que está permeando a sociedade naquele momento. Vamos dizer assim, é um referencial primeiro que eu trago, até



porque é o início da pesquisa de doutorado, mas acho extremamente importante nesse contexto.

E também trago, nesse aspecto das perspectivas da investigação criminal, as alterações, as propostas do Marco Civil da Internet, que têm pelo menos cinco projetos, dos quais eu destaco ali o Projeto de Lei 9.808, do ano passado, que foi um encaminhamento feito pelo Conselho Nacional de Chefes de Polícia ao Deputado João Campos, naquela oportunidade, justamente propondo esta alteração ao Marco Civil da Internet em relação não só à questão de remoção de conteúdo, mas principalmente à questão da criptografia. Baseamo-nos aqui, fizemos, de certa forma, um transplante jurídico adaptado da Alemanha, para tentar inserir no contexto brasileiro essa possibilidade de que os provedores, mediante uma ordem judicial, possam entregar especificamente uma chave criptográfica para leitura do conteúdo de mensagens relativamente não só aos delitos de que eu acabei de falar, mas de outras investigações, como investigação de homicídios, assaltos, etc. Então, seriam ferramentas importantes, já que as políticas de segurança pública precisam de melhoria na questão da prevenção aos delitos e também da melhoria na investigação.

Muito já se tem feito. Existe um laboratório de inteligência cibernética no Ministério da Justiça e Segurança, mas esse laboratório pode servir justamente de modelo para ser fomentado nos Estados e, a partir daí, se criar algo uniformizado, procedimentalizado, já que são 27 polícias diferentes, 27 polícias civis diferentes, que abarcam mais ou menos 98% dos casos de investigação previstos no Código Penal e legislações esparsas, e cada uma delas tem a sua estrutura e políticas próprias.

Em termos procedimentais, eu faço aqui uma referência quanto à questão da obrigação ou da necessidade de implantação efetiva do protocolo de internet versão 6, o IPv6, justamente porque hoje, mesmo com grandes companhias telefônicas, se nós não informarmos a porta lógica, por exemplo, nós não conseguimos identificar o autor de um delito, seja ele de menor



potencial ofensivo ou de maior gravidade. É fazer a ampliação dessas medidas administrativas de remoção de conteúdo. Elas têm um papel importante e, de certa forma, evitam danos futuros importantes. Isso é algum processo; nem que nós copiemos os procedimentos de algum outro País, adaptando à legislação nacional, como a questão da notificação para retirada, não retirada, a contestação, mas nós precisamos ter uma política mais efetiva em relação a isso, não só em relação, por exemplo, à pornografia de vingança, já contemplada não só pelo Marco Civil da Internet, mas também pela legislação penal, que entrou em vigor no ano passado. ”

Depoimento do Sr. Carlos Alberto dos Santos Cruz, realizado no dia 26 de novembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9412>

“O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Boa tarde, Senador Angelo Coronel, Presidente da CPMI, Deputada Lídice da Mata, Deputado Ricardo Barros, advogado Nivaldo Vieira Felix e todos os presentes aqui. Eu queria dizer da minha satisfação, da minha consideração de atender este convite.

Acho que qualquer cidadão tem que considerar quando é chamado por uma Comissão de Deputados e Senadores, porque, nesta sala, estão representados, talvez, alguns milhões de brasileiros. Então, é uma honra para mim estar aqui na frente dessa representação de milhões de cidadãos brasileiros.

Muito obrigado.



O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Neste momento, passo a palavra para a nossa Relatora, Deputada Lídice da Mata, para iniciar os seus questionamentos ao nosso nobre convidado.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Boa tarde.

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP) - Pela ordem!

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Pela ordem, Deputado Rui Falcão.

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP. Pela ordem.) - Eu não sei se o General foi informado de que, além dos cumprimentos, se quiser pode fazer uma exposição da sua trajetória, da sua passagem pela Secretaria.

O tempo é seu - se o senhor quiser, naturalmente.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Nós franqueamos aqui, e ele disse que gostaria de...

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP) - Talvez ele tenha, com muita gentileza, feito um protocolo de saudação e, talvez, não soubesse que pode se estender nas suas considerações iniciais.

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP) - Permite-se, pelo tempo que V. Sa. desejar.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Obrigado, Deputado Rui, pela questão de ordem. Eu já tinha colocado à disposição, mas ele, no momento...

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - E uma solicitação de V. Exa., com certeza, o General atende com mais vontade.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Fora do microfone.) - Ainda mais porque é aniversário dele hoje.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Ainda mais porque V. Exa. aniversaria no dia de hoje.



Eu queria aproveitar para, em nome desta Comissão, parabenizá-lo. Sei que essa jovialidade vai perdurar por muito tempo.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Amém.

A minha presença aqui se deve a esse convite, a essa consideração a que eu fiz referência, e a esclarecer... Talvez uma ou outra pessoa que não tenha seguido a minha... o porquê de eu estar aqui.

Eu fui Ministro da Secretaria de Governo do dia 1º de janeiro até o dia 13 de junho. Então, aproximadamente seis meses, cinco meses e meio, como Ministro da Secretaria de Governo. Por essa razão, por essa participação intensa, já que é um dos ministérios que ficam dentro do Palácio, então, houve por bem a Comissão aprovar o convite à minha pessoa.

Estou aqui dentro de um espírito de colaboração e gostaria de dizer que meus seis meses na vida política, como Ministro, na Secretaria de Governo, que, essencialmente, tem um componente político muito forte, me deixaram bastante satisfeito e esperançoso com a qualidade de nossos Parlamentares. Atendi, talvez, mais de cem Parlamentares lá, Senadores e Deputados, e sempre tive absoluto respeito, nunca tive problema nenhum. A grande massa, a quase totalidade nunca foi pedir nada, só para o relacionamento político com o Poder Executivo. Então, eu gostaria de destacar essa qualidade do nosso Congresso.

Muito obrigado.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Nobre General, antes de passar a palavra aqui para a nossa Relatora, eu vou lhe fazer uma pergunta até trivial, mas eu acredito que seja uma pergunta que causa muita curiosidade, principalmente porque só ouvimos algumas considerações pela imprensa. O senhor é muito amigo do Presidente Bolsonaro?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Olha, essa amizade vem da época de vinte e poucos anos de idade, quando nós éramos atletas na mesma equipe desportiva. Não era uma amizade de



ambiente profissional, era uma amizade de ambiente esportivo. Então, era aquela fase boa da vida em que não se fala de trabalho, não se fala de política, não se fala de nada. Era simplesmente a vida de atleta, que treina durante o dia e, depois, desfruta do resto do tempo esperando o treinamento do dia seguinte.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - *A que o senhor atribui o convite dele para o senhor fazer parte de uma pasta tão importante? Simplesmente por participar do esporte?*

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - *Não, isso foi o contato inicial. Depois, ao longo da vida, houve vários contatos, e talvez também... A minha vida se tornou bastante pública. Em termos militares, ela se tornou bastante pública, pelas funções que eu exerci, principalmente fora do Brasil. E por essa razão ele me convidou.*

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - *A sua saída do Governo o senhor atribui ao próprio Presidente ou a membros da sua família que impuseram sua saída do Governo?*

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - *Não, a situação de Ministro... Ministro é uma prerrogativa do Presidente.*

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - *Mas em tão pouco tempo, General? Tão pouco tempo assim?*

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - *Teve gente com menos tempo até.*

Então, a escolha de ministro e a dispensa do serviço de ministro é uma prerrogativa do Presidente. O que a gente pode, às vezes, é criticar a maneira como isso é feito ou coisas assim, mas a prerrogativa é do Presidente. Não existe nada de errado em o Presidente substituir seus ministros, seja por pressão partidária, seja por pressão familiar, seja por pressão, por querer uma pessoa com outro perfil, seja por qualquer razão, seja até por razões inexplicáveis. O Presidente tem essa prerrogativa. Várias pessoas aqui talvez



já tenham sido Governadores, que também é uma função executiva, Prefeitos. São prerrogativas do Poder Executivo. Então, não existe, da minha parte, nenhuma crítica a esse direito e nem a essa prerrogativa.

Ser Ministro não é carreira. Minha carreira foi feita em outra profissão. Não existe carreira de Ministro. Eu aceitei na época - eu nem estava no Brasil, eu estava trabalhando fora -, aceitei pelo projeto. Era uma proposta, era um candidato em que eu votei, um candidato que... Eu acreditava na proposta dele. Acho que, na minha visão, como eleitor, eu queria a mudança na eleição. E aceitei de bom grado. Não me arrependo. Acho que foi uma boa experiência. Saí esperançoso da política.

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP. Para interpelar.) - General, tudo isso nós sabemos. Que o Ministro pode ser demitido ad nutum, isso é público e notório, e o senhor nos repete, mas o senhor fala em razões inexplicáveis e falou também que acreditava no programa dele. Então, a pergunta é: o senhor continua amigo dele? Quais são as razões inexplicáveis?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Olha...

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Eu vou abrir essa exceção para o nosso Deputado Rui, porque é aniversário dele. Então, já damos um presente a ele de a primeira pergunta ter sido da sua lavra.

Só para concluir o meu questionamento, para depois ouvirmos os nossos colegas e a nossa Relatora, General, se as eleições fossem hoje, o senhor votaria de novo no Presidente Jair Bolsonaro?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Se fosse a mesma eleição, votava. Se fosse a mesma, eu votaria.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Então, isso significa que o senhor saiu sem nenhuma mágoa do Governo, saiu com tranquilidade, aceitou bem a sua exoneração.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Não... Aquela eleição lá atrás, como eu falei, foi uma eleição que foi aquele quadro



eleitoral ali. Não significa que a próxima vai ser o mesmo quadro. Cada eleição é uma eleição diferente. Então, naquela lá, se ela fosse hoje, eu votaria, mas se o contexto fosse o mesmo. Acredito que o contexto à frente...

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - *Então, o senhor saiu sem mágoa, em resumo?*

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - *Saí sem mágoa, saí aliviado até. Você sai aliviado, porque você... Eu não trabalhei por dinheiro. Eu não trabalho por dinheiro. Aliás, nunca foi a minha formação, o meu estilo trabalhar por dinheiro. Eu fui trabalhar para colaborar com um projeto com seriedade, com trabalho, com educação, recebendo todos os Parlamentares sem radicalismo, sem extremismo. Então, o seu projeto é de trabalho. Quando as condições não ficam as ideais, então, não vale a pena até.*

Aquilo que o Deputado falou de razões vamos dizer... Uma autoridade, ela pode dispensar o serviço de qualquer cargo de confiança por algumas razões ou até por razões de foro íntimo, às vezes, sem querer tornar explícito.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - *Então, o senhor acabou de afirmar que saiu do Governo aliviado? Isso significa que a pressão nos seis meses foi grande na sua pasta.*

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - *Não, não havia pressão. Era pressão de trabalho mesmo, de trabalho pesado, o que também não é problema, traz satisfação. Trabalhar com intensidade traz satisfação, mantém a gente ativo. Mas alguns eventos ali, no final do filme, não foram agradáveis.*

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - *Eu passo a palavra a nossa Relatora, Deputada Lídice da Mata.*

Muito obrigado.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *Boa tarde a todos os Srs. e Sras. Parlamentares, aos que nos acompanham, nesta CPMI, da Assessoria, da imprensa...*



O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Deputada, eu cometi aqui um...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Equívoco.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - ... um deslize, sem falar aqui da biografia do nosso convidado.

Eu vou pedir desculpa para V. Exa....

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Claro, claro.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - ... e também ao nobre General, porque passei essa parte.

Carlos Alberto dos Santos Cruz é General de Divisão do Exército Brasileiro, ex-Ministro-Chefe da Secretaria de Governo da Presidência.

O Gen. Carlos Alberto é formado em Engenharia Civil pela PUC de Campinas. Em sua carreira militar de mais de 50 anos, foi Adido Militar do Brasil na Rússia, Comandante da Missão de Paz na ONU no Haiti, entre 2006 e 2009. Chegou a alcançar o posto de General de Divisão em 2009. Entre 2013 e 2015, comandou a Missão de Paz na ONU na República Democrática do Congo. Foi também Assessor Especial do Ministro da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, Secretário Nacional de Segurança Pública do Ministério da Justiça e, mais recentemente, Ministro da Secretaria de Governo, cargo que exerceu no período de janeiro a 13 de junho deste ano.

Retoma a palavra a Sra. Deputada.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sr. Gen. Santos Cruz, o senhor, claro, sabe que esta CPMI trata de investigar a existência de notícias fraudulentas, notícias falsas nas redes sociais e também de um processo que se dá, paralelo a este, que é o de destruição de reputações. O senhor acha que esta prática causa dano à sociedade brasileira e à democracia brasileira?



O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Sem dúvida nenhuma.

A prática da mentira, ou, então, em épocas de eleições, em disputas eleitorais, em disputas de poder, de vez em quando, há mentiras famosas ao longo da história, isso aí não é novidade. O que se tem hoje é porque a tecnologia disponível, com as mídias sociais, deu uma velocidade muito grande a isso aí. E eu vejo também que houve uma polarização muito forte na última eleição. Nós tivemos aí um grupo de partidos liderados pelo PT que ficou no Governo um período; depois, houve um período tampão ali do Vice-Presidente, que foi o Michel Temer, que exerceu a Presidência; e aí uma disputa eleitoral extremamente polarizada, como era esperado.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - *É, as eleições são extremamente polarizadas. Mas, infelizmente, eu vejo radicalismo dos dois lados. Isso é minha visão. Dos dois lados, os grupos radicais não conseguem ter um comportamento democrático. Os extremos são negativos em qualquer ambiente. E aí o que acontece? Quando um perde a eleição, isso aí é como no esporte. Eu ganhei muito poucas vezes; na maioria das vezes, eu perdi. Você chega em segundo, em terceiro, em quarto etc. Então, você aprende que nem sempre se ganha. Na democracia também, você ganha algumas e perde outras. Aquele que perdeu tem que saber que perdeu e tem que reconhecer que o outro ganhou. E quem ganhou tem que saber que ganhou para governar para todo mundo, inclusive para o que perdeu. Então é um entendimento.*

Agora, há que se tirar os extremos, que existem em qualquer sociedade. Os extremos existem em qualquer sociedade, em qualquer ambiente. Até por personalidade, às vezes, a pessoa é extremista. Às vezes ela não o é nem por filosofia, é por personalidade. Então, tirando esses extremos, a sociedade brasileira não é uma sociedade ideológica, não é uma sociedade extremista, com características extremistas. É uma sociedade que, até pelo momento econômico, social etc., está interessada em resultados.



Mas às vezes, o que é que acontece? A tecnologia hoje disponibilizou condições de grupos pequenos até fazerem, criarem um ambiente às vezes extremamente complicado. Então eu vejo que isso aí realmente é nocivo, como a senhora perguntou. Eu acho que é nocivo quando há esse tipo de comportamento.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor tem consciência de que esse comportamento também não está restrito ao ambiente político? O Brasil recentemente sofreu uma campanha de fake news que desaconselhava a vacinação em nosso País, a vacinação de sarampo, por exemplo. Isso, portanto, na sua opinião, também traz consequências danosas ao conjunto da sociedade, quando aplicado também em relação a outras questões?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - É, o extremismo, seja ele filosófico... Há histórias de gente que às vezes até o filho morreu porque havia um extremismo ali de caráter religioso, de interpretação religiosa etc. Então eu prefiro aqui a gente tratar das coisas que satisfazem ou que são necessidades da sociedade brasileira e deixar esse extremismo... analisar esse extremismo como uma coisa prejudicial.

Agora, são grupos pequenos. Não é o problema de se discutir filosofia, não é o problema de haver partidos que... Eu não gosto desse esquerda e direita, porque isso aí é meio genérico, mas... Não há problema nenhum de se discutir, de haver posições diferentes, ou de a pessoa não gostar do meu modo de administrar, do meu modo de fazer política, do meu modo de gestão. Isso aí não tem problema nenhum. O problema é quando se parte para ataques pessoais, quando se parte para ataques de baixíssimo nível. Então, aí, fica complicado. E isso aí acaba contaminando pessoas. Acaba contaminando pessoas.

Então eu vejo que há uma sociedade nossa que fez a sua opção política, como outros estão fazendo, aqui na América do Sul, e há que se respeitar essa



opção. E todo mundo tem que respeitar, tanto quem ganhou, como quem perdeu.

Agora, os grupos extremistas não têm jeito. Eles são acredito que mais por personalidade do que por filosofia.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor se considera uma pessoa que foi vítima desses grupos extremistas no Governo?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ - Não. Eu não me considero vítima, não, porque eu não gosto desse negócio de vitimização, mas...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Mas sofreu ataques?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - É lógico, sem dúvida nenhuma. Só que são coisas que, para mim, realmente, não... Pessoalmente isso aí não tinha o efeito talvez que esperassem, não é? Até porque, em primeiro lugar, eu trabalhava muito, trabalhava bastante, não ficava prestando atenção, lendo trezentos tuítes por dia e consultando blogues. Não tinha nem tempo para isso. E, quando chegava o meu tempo livre, ainda tenho família, tenho coisas particulares para fazer, tenho esporte, tenho... Eu gosto de trabalho no campo, trabalho de roça, trabalho de chácara. Eu não vou ficar perdendo o sábado e o domingo para escutar o cara mandar para aquele lugar ou dizer palavrão ou coisa desse tipo. Então, eu não vou perder o meu tempo com isso.

Então, o efeito talvez que pensavam que isso teria sobre mim... A pessoa não era forte assim. Por isso que eu também não saio magoado, não tenho mágoa alguma, porque eu não prestava atenção nisso. Até andei prestando atenção agora; quando me preparava para vir para cá, até andei lendo algumas coisas, mas, no geral, o efeito sobre a minha pessoa, pelo meu modo de pensar, não era tão intenso assim, não.



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O que o senhor o deixou assustado?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Não; não me deixou assustado, não. Eu sou bastante realista.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Mas surpreendido?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Não; também não, porque é muito fácil a gente perceber que toda essa tecnologia disponível hoje faz com que, às vezes, pessoas que têm alguma deficiência de caráter, pessoas covardes que se escondem atrás de pseudônimos, atrás de personagens etc. acabam... Mas isso faz parte da humanidade, não é surpresa, não.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Mas o senhor entende que o senhor, como um miliar, um homem público, que aceitou uma função pública, se sente, como já disse, preparado para esse tipo de ataque, mas que esse ataque pode acontecer também contra um cidadão comum, como nós temos visto nas redes sociais?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Olha, isso aí, vamos dizer, esbarra em problemas educacionais, em problemas de caráter, de personalidade etc. Pode ser contra qualquer pessoa.

Há recursos fantásticos, hoje, para se divulgar notícias, para se divulgar plano de governo, plano de partido, divulgar todo tipo de assunto, desde culinária etc. até política. E isso aí é usado por pessoas que, às vezes, não têm boa formação, não têm nem nível educacional, mas hoje qualquer um, qualquer pessoa, mesmo sem qualidade nenhuma, pega ali e acha que é um William Shakespeare porque está com liberdade no Twitter, no Facebook, seja lá onde for.

Então, eu vejo que veículos muito bons são explorados por algumas pessoas que causam prejuízos muito grandes. E o ataque... A discussão de



ideias é uma coisa boa, agora, o ataque pessoal é covarde. E outra coisa: bate-boca é em público, não é? É como se fosse discutir... discutir em público. Eu vejo as pessoas discutindo, batendo boca abertamente, como se fosse uma conversa de rua.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor, por exemplo, sofreu ataques de pessoas familiares do Presidente da República. Isso foi desagradável.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Qualquer ataque nunca é agradável. Agora, em relação aos familiares do Presidente da República... O Presidente da República... Eu não vou falar de filho do Presidente da República, como Ministro nem como cidadão, porque eu tenho o meu conceito sobre cada um deles, tenho o meu conceito sobre o próprio Presidente, sobre o chefe da família, sobre os filhos que são Parlamentares em níveis distintos, mas só que eu acho uma coisa... Como eu falei, eu acho completamente deselegante e de falta de educação o ataque pessoal, então eu não vou fazer isso.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Certo.

Em diversas entrevistas que o senhor concedeu após a saída do Governo Bolsonaro, o senhor afirmou que o que viu foi um desperdício de dinheiro e que o Governo era um show de besteiras.

Baseada nisso, eu gostaria de lhe perguntar: na sua opinião, quais foram os motivos que levaram à sua demissão? O senhor acredita que sua demissão possui relação com os conflitos existentes na comunicação do Governo?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - A senhora falou antes sobre besteiras e... Qual foi a outra?

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Foi uma frase sua: "Nesses meus seis meses de Governo, o que vi de dinheiro desperdiçado, de dinheiro jogado no ralo é impressionante. O Governo era um show de besteiras".



O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - O desperdício de que eu falava não foi deste Governo, porque não havia nem tempo ainda para analisar. Foi o que eu vi daquele momento que eu estava vivendo para trás. Então, por exemplo...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Embora o senhor tivesse dito "nesses meus seis meses de Governo".

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Por exemplo, eu assumi a Segov com 257 milhões de restos a pagar. Então, há uma série de coisas para trás. Então, eu não estava falando...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Do Governo anterior, do Governo de Temer?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Não só dele, do que ficou para trás ou da estrutura que vem montada, porque muitas vezes a gente culpa um Governo ou o governo anterior, mas a coisa é muito mais longa que o Governo anterior. É como a violência no Rio de Janeiro. Culpa-se às vezes o Governo anterior, mas na realidade isso vem desde cem anos atrás.

Então, o que eu estava vendo é que dá para economizar muita coisa em termos de fraude, em termos de transparência de gastos, em termos de economia de gastos. Há uma série de coisas que dá para fazer, e era o que eu estava vendo naquele momento. Então, eu estava vendo um quadro que era dali para trás. Daqui para frente também há coisas que podem ser feitas.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Houve, no entanto...

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - E a outra coisa é o show de besteiras. Isso aí foi na revista IstoÉ. Eu não falei que o Governo era um show de besteira. Eu falei que tem um show de besteira que tira a atenção até das coisas boas. Todo Governo tem coisa boa e coisa ruim. O Governo também tem coisa boa. Só que a briga superficial, a briga pessoal



das coisas tira a atenção. Um ambiente de mais tranquilidade política, sem essa briga que a gente vê, certas atitudes que a gente vê, é bom para todo mundo: é bom para a população, é bom para a prática política, é bom para tudo. Então, eu não falei que o Governo era um show de besteira; eu falei que as besteiras, o show de besteira tira a atenção... É que a IstoÉ tirou do contexto e colocou na manchete. Então, deformou um pouco ali para vender a revista.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Certo.

Dos conflitos que foram publicizados no período de V. Sa., do senhor na Segov - conflito com a EBC, campanhas publicitárias, financiamento de veículos, indicação da Secom -, qual o senhor acredita que possui maior interferência em sua demissão?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Olha, interferência na minha demissão pode ser até o meu estilo, não é?

Eu vou falar um pouco sobre a EBC, sobre o comportamento público, a indicação da Secom. O que acontece é o seguinte. Como chefe da Secretaria de Governo, a Secom, que era da Secretaria-Geral, veio, na formação do Governo, para a Segov. Então, aí vamos ver o que eu penso como deve ser uma Secom. Qual era o conceito naquele momento ali da Secom, da EBC - a senhora falou da EBC etc.? É que era um ambiente muito dirigido à parte ideológica, à parte partidária, vamos dizer assim, a projetos de manutenção de poder, etc. Então, esse era o conceito que se tinha quando se assumiu o Governo.

Qual é a minha filosofia de trabalho? Minha filosofia de trabalho, em primeiro lugar, não é ideológica. Acho que comunicação de governo não tem que ser ideológica. Comunicação de governo precisa ser informativa. A comunicação de governo, ela tem que ser dentro de um mínimo de despesas absolutamente necessárias. As despesas de Governo, hoje, considerando a administração, os contratos... Contrato não quer dizer despesa porque, muitas vezes, não se gasta todo o dinheiro do contrato, o que está previsto no



contrato. Eu tenho um contrato, por exemplo, de 30 milhões, mas executo somente 15 ou 20 etc., mas o contrato é de 30. Em termos de contrato, só da Administração direta, que são os ministérios, em torno de 2,5 bilhões mais ou menos. Quando se vai para a Administração indireta - Banco do Brasil, Caixa Econômica, Correios, etc. -, isso tudo deve vir em torno de 7 bilhões. Então, é muito dinheiro; precisa ser uma coisa feita com muito critério, principalmente num país que tem muita necessidade de tudo.

Então, a minha visão é esta: comunicação de governo tem que ser o mínimo dentro de uma regularidade, e 100% de transparência, absolutamente transparência. E eu vou falar sobre isso, como ter essa transparência - era meu projeto, mas é claro que cada um tem a sua maneira de ser; eu respeito como está, mas vou dizer a minha ideia, já que vim aqui para isso. Absolutamente transparente essa comunicação. E outra coisa é que ela não pode ser comunicação para projeto de poder.

Então, a EBC, a promessa era fechar, mas também não é bem assim que se fecha. Por quê? Porque você tem 2 mil funcionários. Quando você tem 2 mil funcionários, você tem que pensar no que vai fazer. Outra coisa: a EBC é um veículo que pode complementar os veículos comerciais? Pode. Há coisas que não interessam, às vezes, muito à mídia mais comercial e podem ser apresentadas pela EBC. Então, tive a reunião com os funcionários. Eu achava que estava excessivamente politizada, então vamos dar a nossa direção à empresa. Então, cada Governo tem a sua direção, e vamos dar a nossa direção.

O que eu vejo é isto: transparência absoluta em todas as contas, de tudo - eu não admito conta pública nenhuma sem transparência -, isenta de ideologia e informativa à população. Se não coincide... Essa ideia minha, se não coincide com a de alguém, paciência. Eu não vou deixar de seguir essa direção. Eu não ia deixar de seguir essa direção.

Outra coisa: a indicação da Secom. A indicação da Secom foi escolha do Presidente. Eu peguei a Secom com o primeiro chefe da Secom, que foi o



Floriano. É uma pessoa honesta, séria. Cada um com a sua característica. Depois, o Presidente solicitou a substituição pelo atual Diretor da Secom. Eu não tenho conceito formado sobre ele, já que fiquei muito pouco tempo com ele. Aí é responsabilidade do Presidente. Não foi indicação minha.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Ótimo, porque era a pergunta que eu ia lhe fazer, a seguinte: se a escolha do publicitário Fabio Wajngarten tinha sido uma escolha sua, se foi cancelada pelo senhor, e se o senhor acredita que a sua chegada à Secom potencializou os conflitos acerca da pasta e a disseminação de fake news sobre sua pessoa.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Olha, a parte... Eu não posso dizer quem foi. Nesses ataques pessoais, vamos dizer assim, eu não sei qual é o grau de participação. Não posso dizer. Isso aí é uma coisa... Saiu... Quando houve aquela publicação falsa de uma conversa minha com algum interlocutor, falando mal do Presidente, dos filhos, etc. inclusive dele, tudo isso conseguiram colocar numa tela de celular de maneira medíocre. Quando aquilo ali saiu, até saiu numa revista, acho que foi na Crusoé, dois ou três dias depois, que tinha sido ele que tinha entregado aquilo ali ao Presidente da República. Se foi ou não, também não saí investigando.

Agora, as razões dos ataques... Em primeiro lugar, o grupo extremista... Como eu vejo isso aí? Eu vejo que o Presidente Bolsonaro foi eleito numa eleição normal, limpa, disputada, e, naquele ambiente pré-eleitoral, como falou o Deputado ali, é quase sempre assim, quase sempre uma guerra na véspera. Depois, no outro dia, a guerra já tem que diminuir. E o Presidente Bolsonaro eu acho que foi eleito por um grupo de pessoas que simpatizam com ele, porque ele fez campanha - mérito dele, cada candidato tem seu público -, por uma massa, vamos dizer, no Brasil que queria mudança. Também era um momento de mudança, ela já estava cansada daquela situação anterior, o Brasil teve muitos escândalos de corrupção ao longo de muito tempo, e o mesmo partido se desgasta também, o mesmo grupo se desgasta, por diversas razões...



Então, é uma massa que, às vezes, não é exatamente o candidato que ganha, mas ela vota porque quer mudança.

E pequenos grupos ideológicos, que, às vezes, pensam que o Brasil é ideológico. O público brasileiro não é ideológico, ele só quer resultado. Mas, às vezes, o pequeno grupo ideológico quer manter um clima de conflito permanente, o que não é bom, mas é a característica, e ele quer manter aquilo ali. Então, esse pequeno grupo às vezes não tem esse tirocínio e às vezes não gosta da sua posição mais equilibrada também. Então, são coisas que acontecem na política.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O Sr. Fábio estaria nesse pequeno grupo? O Sr. Carlos Bolsonaro faria parte desse pequeno grupo?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Olha, a parte de quem faz parte do quê eu vou... Claro que, assim como todas as pessoas, eu também tenho minha ideia. Só que isso aí é uma coisa que pode ser tecnicamente comprovada, e eu vou dizer depois como, que é para não achar ficando que um é, que o outro não é, que... Então, eu vou, depois, dizer alguma coisa sobre como se pode fazer isso aí tecnicamente.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Nesse caso, em algum momento o senhor teve com o Sr. Fábio alguma discussão sobre questões de verba ou de conteúdo da comunicação, da Secom?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Não; de verba, não. De verba não houve, porque ali na Segov não é só administrar comunicação social, ali tem que administrar recurso público. Este ano, se eu não me engano, estava em torno de 150 milhões a dotação orçamentária para a Secom, então... Mas, como tem muitos restos a pagar, também tem que ficar pedindo dinheiro para o Tesouro para pagar os restos a pagar, para fazer o pagamento dos restos a pagar. Então, ali tem uma administração financeira.

Nunca discuti assunto financeiro com ele. Quando eu estava lá, os assuntos financeiros passavam por mim. Era a minha maneira, eu sou um



pouco mais... Sou bastante centralizador nessa área, porque acho que é uma área pública no Brasil que o gestor não pode deixar de centralizar, é o controle da despesa de pagamento, então... Mas nunca tive discussão sobre esse assunto.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Não teve discussão alguma com ele sobre conteúdo...

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Sobre esse assunto, não.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - ... ou sobre verba nem nada?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Sobre conteúdo, mais coisas profissionais mesmo, de quem é que vai fazer a comunicação do Presidente aqui ou vai fazer ali, se é Porta-Voz, quais são as atribuições do Porta-Voz, quais são as atribuições do Secretário de Imprensa; coisas absolutamente profissionais.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Falando em comunicação do Presidente, o senhor tem conhecimento da existência de algum grupo de pessoas que sejam responsáveis no Palácio por uma comunicação não institucional do Presidente, extraoficial?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Olha, a comunicação que eu cuidava era a da Secom. A comunicação do Presidente, da pessoa dele, a administração de coisas pessoais dele eu não tenho conhecimento de quem faz ou deixa de fazer.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Quando o senhor foi atacado duramente pelas redes sociais, numa campanha semelhante à que outras pessoas sofreram e continuam sofrendo, o senhor, em recente entrevista ao Congresso em Foco, atacou esse grupo de pessoas... caracterizou esse grupo de pessoas como um grupo que se comporta como uma gangue, "uma gangue de rua", "uma milícia digital". Foi isso?



O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Foi.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor acredita que a associação de algumas pessoas - quatro, cinco, seis -, de um grupo de pessoas para influenciar, produzir e distribuir fake news com o objetivo de obter, direta ou indiretamente, vantagem de qualquer natureza poderia ser caracterizado como crime?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Sobre isso aí, o que que acontece? A gente percebe nitidamente - isso é uma percepção minha e acho que não é difícil de comprovar - o comportamento, uma questão de comportamento. Comportamento... O que é uma turminha de rua? Uma turma de rua é uma turma que se junta e que vai lá e agride ou que faz estardalhaço, que faz ataques, que faz na série de coisas. Isso aí se transferiu para dentro da internet. Então, eu tenho comportamentos que são semelhantes ao de uma gangue de rua: é o xingamento, a coisa de...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Uma atitude marginal?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Condutas marginais e que atacam pessoas, seja pelo aspecto físico, seja por criar um meme, não é? O meme, às vezes, não é isso, não. Às vezes, isso daí é tentativa de humilhação, de intimidação.

Nós temos que separar muito bem o seguinte: o que é liberdade, o que é liberdade de expressão, que é uma coisa sagrada, na minha cabeça... Liberdade de expressão... Apesar de ser militar, eu sempre fui muito independente nas minhas posições, em tudo isso. Então eu vejo que, no Exército, por exemplo, você tem absoluto poder de expressão, mas você tem os seus limites, você tem a hierarquia para seguir, você tem algumas regras para seguir na liberdade de expressão. Isso não quer dizer que você vai perder a liberdade expressão. Agora, liberdade de expressão não significa que você pode xingar indiscriminadamente, que você pode humilhar, que você pode intimidar, que você pode destruir reputações. Você não pode fazer isso!



Outra coisa: essa liberdade de expressão, com essa tecnologia toda disponível, não eliminou o Código Penal. O Código Penal não foi eliminado por essa liberdade toda e toda essa tecnologia disponível. Então, são coisas que precisam ser acomodadas.

Eu vejo que... Tem condutas que podem ser criminosas? Tem, sem dúvida nenhuma! A calúnia, a injúria e a difamação continuam no Código Penal.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Por isso, o senhor a caracterizou como uma milícia, uma milícia digital?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Exato.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor tem alguma desconfiança de alguém que pertença a essa milícia digital e que o senhor conheça?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Isso aí.. Ao final, eu vou fazer uma sugestão para a Comissão para ela fazer um trabalho técnico...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Está certo.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - ... para não ficar no conceito. E outra coisa: não ser só conceitual ou ficar dizendo o nome de pessoas, quando isso aí pode ser uma coisa avaliada tecnicamente.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - A minha preocupação em buscar isso não é uma preocupação menor; é justamente para que o senhor possa propor como podemos superar isso e para que nós possamos também identificar quem são os praticantes dessa ação e tenhamos a capacidade de puni-los para que isso não permaneça.

Mas eu queria fazer mais uma pergunta. O senhor acha que esse mesmo grupo que o atacou de forma a tentar destruir sua reputação também coordena esses ataques, que são de conhecimento público, contra outros ministros, Parlamentares, membros do Supremo Tribunal Federal, Presidente



da Câmara dos Deputados, Presidente do Senado Federal, todos os Parlamentares desta Casa? O senhor acha que são os mesmos grupos, as mesmas pessoas?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Isso aí... Tecnicamente, dá para se chegar a essa conclusão, caso, tecnicamente, se chegue a essas ligações.

Não é só... Se a gente for ver os temas que sofrem ataques, sem entrar no mérito - sem entrar no mérito se a pessoa é boa ou se a pessoa é ruim; se o Superior Tribunal é bom ou se é ruim; se o Deputado é bom ou se é ruim; sem entrar no mérito... Nós estamos falando não de ser bom ou de ser ruim; nós estamos falando se é verdade ou não.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sim, se é verdade ou não.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Se é verdade ou não.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Fake news parte do princípio de que não é verdade.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Nós não estamos entrando no mérito.

Então, a gente vê aí, por exemplo, o Ministro da Justiça sofrendo mil ataques por conta de uma série de coisas, o Supremo Tribunal Federal, nas eleições, e o próprio Congresso: "Ah, de Deputado ninguém presta; de Senador ninguém presta", não sei o quê. Então, você tem... São categorias que parece que são...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - São pilares da democracia.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - ... que são muito atacadas. As eleições, as urnas... "Ah, não são confiáveis", não sei o quê, "é mentira a urna", não sei o que mais. Então, você...



O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - *Você tem uma série de temas que são sempre muito atacados.*

E há o próprio Presidente. Misógino? Eu nunca tinha pensado na palavra "misógino". Eu sou um cara que lê, mas eu nunca tinha parado para pensar, mas na campanha isso aí foi explorado, quer dizer, o outro lado achou que ele era e explorou aquilo ali. Então, são coisas que vão acontecendo.

Se é falso ou não... Ali não é bem o caso de falso; é uma questão, às vezes, de conceito. Tem coisa que é conceitual, e tem coisa que é falsa.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *Essa diferença nós buscamos fazer entre a campanha de ódio e a fake news, que são duas coisas semelhantes, embora ambas muito nefastas.*

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - *Então, tem coisas em que a gente não entra. A gente tem que dividir bem e tem que dividir bem o que é cibernético e o que é policial. Vamos fazer essa divisão. Tem coisa que não é de inteligência cibernética, tem coisa que não é de análise; tem coisa que é estritamente policial. Eu falar mal de uma pessoa, eu inventar coisas de uma pessoa, então, a calúnia, a difamação, a injúria; tudo isso daí... Eu posso discordar do Deputado, posso discordar de qualquer pessoa, mas eu não posso xingar a pessoa de público. Essas coisas não podem acontecer. Esse excesso... Esse excesso prejudica.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *A Otan apresentou em estudo recente que 43 países passaram a conceber estratégias destinadas a coibir a influência de fake news em seus processos decisórios, pois compreende que é algo que pode afetar substancialmente sua segurança nacional.*

Nessa mesma linha, o Parlamento britânico concluiu, em fevereiro de 2019, uma investigação que também destaca que fake news é um desafio substancial para a segurança dos Estados. O senhor compartilha da preocupação de que fake news pode ser um instrumento de intervenção externa nos países e, portanto, um assunto de segurança nacional?



O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Pode. Hoje em dia a segurança cibernética é uma realidade e tem que ser desenvolvida pelo Estado. Segurança cibernética é fundamental. Existe hoje... A parte cibernética hoje do Brasil está se baseando muito... O Exército tem um centro de segurança cibernética. Imaginem, por exemplo, um programa como o Bolsa Família ter um ataque cibernético, e o programa ser paralisado no seu pagamento, com a destruição do banco de dados. Então, é uma situação extremamente problemática. Outra coisa: eu posso espalhar o pânico.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sim.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Outra coisa...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Como foi feito, inclusive, num período da campanha, se não me engano, ou foi no Governo, não lembro bem, em que se divulgou que não se ia mais se pagar o Bolsa Família naquela data, e as pessoas saíram desesperadas etc.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Agora, saiu uma de que não iam ter dinheiro para pagar o décimo terceiro do Bolsa Família.

Eu fiz uma caminhada no Ceará agora, de Fortaleza para Canindé, uma caminhada de 130km tradicional que tem lá. E, naquele solação, um dia eu parei, não tinha nada, só uma barraquinha, tinha uma mulher lá. Ela e o marido ganham R\$400... O marido ganha R\$400, ela ganha mais R\$80 na beira da estrada ali, pedindo para os transeuntes alguma esmola, e ganham R\$91 de Bolsa Família. Então, esses R\$91 aí representam quase 20% do que eles têm. Quando sai uma notícia dessas de que não vão ter dinheiro para pagar, e não é verdade, você causa um mal-estar imenso numa pessoa daquelas, pior do que se não pagarem meu décimo terceiro. Se não pagarem meu décimo terceiro, eu não vou entrar em pânico como aquela senhora lá, que ganha 91 de Bolsa Família. Então, a notícia falsa é um prejuízo muito grande.



E a outra coisa é quando eu uso a notícia falsa para alimentar conflito. Quando eu uso a notícia falsa para alimentar conflito, eu mantenho um estado de divisão, de conflito na sociedade que não é bom. A divisão social é uma coisa que já vem acontecendo no Brasil há um bom tempo, eu acho uma irresponsabilidade, e o País não pode continuar, não deve continuar agravando as suas divisões, porque isso acaba em conflito.

Então, a notícia falsa tem vários efeitos negativos.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Exatamente.

Como em maio de 2019 o senhor já se referiu a esse episódio, em que foi feito, divulgado um debate falso em que se dizia que era um debate do senhor...

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Eu vou projetar isso aí. Eu vou projetar isso aí, essa tela de celular.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Vai projetar aqui agora?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - É. Ele está abrindo ali.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Certo.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Eu trouxe.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Quando...

Aí, print falso.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - O.k. Está aí.

Então, o que é isso aí? Isso aí é um trabalho elementar. Isso aí é uma coisa que qualquer garoto que mexe no celular consegue fazer em cinco minutos.



Eu tive que colocar uma tarjeta branca ali, senão o Brasil inteiro ia saber o número do meu telefone, e eu ia ter que trocar o número do telefone.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Claro.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Então, o que é isso aí? Pessoas irresponsáveis. Isso aí é crime! Isso aí, além de fake news... Isso aí não é uma fake news simples, isso é um crime! Criam um diálogo falso - isso aí é simplesmente um copiar e colar, isso é uma coisa simples de fazer, nisso aí não existe segredo técnico nenhum, é uma coisa medíocre - em que o sujeito diz lá: "General, como foi lá ontem? Resolveu?", um sujeito hipotético qualquer. Aí eu digo para ele: "Nada, ele ficou insistindo no vídeo". Aí o sujeito fala: "Tendi" - aliás, até o meu público, a minha geração não fala "tendi", não; ela ainda fala "entendi", não é? Mas tudo bem. Mas aí eu digo para ele: "Mas eu disse na cara dele que isso era coisa do desequilibrado do filho dele e do frouxo do Fábio", provavelmente o Fábio Wajngarten, da Secom. Aí o meu interlocutor, meu suposto interlocutor fala: "E o que ele falou?". "Que isso não ia se repetir, mas eu não senti firmeza. Ele deve ter dado o.k. por trás". Aí eu falo: "Ele é covarde, terceiriza ataque, idiota". Aí o interlocutor fala: "Sim, é um imbecil. Não fala na cara". Aí eu digo para ele... Não, aí o outro fala: "O jeito vai ter que ser colocar o Mourão mesmo".

Quer dizer, o cara conseguiu montar um negocinho ali que, em quatro, em quatro telas, eu consegui falar mal da família do Presidente, do filho, do Fábio e ainda disse que o Mourão é que...

Então, é um negócio completamente absurdo, uma irresponsabilidade total.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Mas o senhor tem consciência de que isso não é uma brincadeira; foi um crime, como o senhor mesmo caracterizou?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Isso não é brincadeira, isso é crime. Isso é crime! Isso aí não é problema de análise cibernética, isso aí é problema policial.



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *É, exatamente.*

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - *Vamos lá. Eu também não dei muita bola para esse negócio, não. Mas aí, depois, quando eu cheguei em casa um dia - a história é um pouquinho mais complexa... Em 6 de maio... E esse diálogo aí dessa telinha de celular demorou das 8h04 às 8h32. Demorou 28 minutos para fazer isso aí. Tudo bem, poderiam estar fazendo outra coisa, de vez em quando vem e repete e tal. Faz de conta: 28 minutos para fazer aquilo ali. Só que fizeram no dia 6 de maio, das 8h04 às 8h32. Nesse dia, eu decolei de Brasília às 6h da manhã, num avião da Força Aérea, estava embarcado, fui a São Gabriel da Cachoeira, no Amazonas, para resolver um negócio para as comunidades indígenas, e demora o voo quatro horas daqui até lá. Nós chegamos lá às 10h da manhã.*

O SR. ANGELO CORONEL (PSD - BA. Fora do microfone.) - *Estava sem celular.*

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - *Então, tão medíocres, que não conseguiram nem ver minha agenda. E eu dei sorte, porque se não fosse a minha agenda, ainda ia ter que explicar outra coisa.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *E essa disseminação desse diálogo falso o senhor acha que tinha que objetivo? Qual é o objetivo central?*

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - *Esse diálogo falso tinha o objetivo de dizer para o Presidente da República que eu estava falando mal dele, dos filhos dele e ainda estava arquitetando para o Mourão assumir. Era uma coisa alucinante.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *Ou seja, de derrubá-lo, em última análise?*

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - *Ah, sem dúvida nenhuma. Isso aí não tem...*



Então, eu não sou um sujeito de me emocionar com essas coisas, sabe? Mas eu estou falando isso de uma maneira muito fria. A mediocridade, a infantilidade, a irresponsabilidade de você pegar uma coisa dessas, fazer uma coisa dessas e levar para o Presidente da República é uma coisa que não tem cabimento.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Desculpa - só para adiantar um pouco, porque eles vão encher o senhor de pergunta também. O senhor já leu e teve consciência de que sofreu ataques diretos do autointitulado filósofo Olavo de Carvalho? As matérias... Ele, ao fazer esses ataques insistentes, logo depois, tudo que ele fala sobre o senhor vem numa carretilha de repetições, que não se sabe se com robôs, ou com um grupo de pessoas articuladas para serem disseminadores dessa prática. O senhor, então... Dá para imaginar que o Sr. Olavo de Carvalho esteja pelo menos à frente ou ele funcione como uma senha para determinados ataques a personalidades, ao senhor em particular, nesse caso, e, pelo que se pôde constatar, no caso objetivo desses ataques ao senhor.

Nas matérias relacionadas ao senhor, voltam a aparecer também nomes... Nessas matérias que são reiteradas de ataque ao senhor, aparecem nomes como Tercio Arnaud Tomaz, de 31 anos; José Matheus Salles Gomes, de 26 anos; e do Sr. Filipe Martins. O senhor conhece algum desses três nomes, dessas pessoas que foram aqui citadas?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Conheço. Conheço os três. Os três trabalham no gabinete do Presidente da República. Tercio e José, o outro José...

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP. Para interpelar.) - Matheus.

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Matheus. Esses eu conheço de vista, nunca falei com eles. E com o Filipe Martins eu falei esporadicamente, uma vez ou outra. Ele é o assessor de assuntos internacionais ou assessor especial do Presidente da República. Trabalham no gabinete do Presidente da República.



Uma revista recente, de agora, fez muitos comentários acerca das funções que eles exercem lá e da atuação nessa área aí. Coisa de revista. Eu não estou aqui para interpretar coisa de revista. Eu vou dizer o que eu vivi, o que eu... Nem o que eu acho, mas o que eu vivi em termos de fatos.

Sobre esse cidadão, o Olavo de Carvalho, que mora lá nos Estados Unidos já faz um longo tempo e não aparece no Brasil parece que já faz um bom tempo também, é uma pessoa que, para mim, não tinha significado nenhum até que ele começou a chamar a atenção falando mal, dizendo palavrões e tal contra os generais de maneira geral. Eu achei que era coisa de um desocupado, de uma pessoa desocupada com algum problema sério, de distúrbio, porque não é possível que uma pessoa que... Eu não estou me ligando na parte de ideias políticas. Nisso aí, não. O sujeito pode ser extremista, pode ser de direita, pode ser de esquerda, pode ser do que for, vamos discutir as ideias dele, não há problema algum. Não estou fazendo análise do mérito das ideias da pessoa em termos políticos; estou falando de comportamento. Uma pessoa que fala que é escritor, que é filósofo, que dá sugestões na área educacional e parte para um palavreado que não dá para repetir aqui...

Quando eu era criança, eu morei com uma tia minha, porque eu perdi os pais muito cedo, se você falasse palavrão, passava pimenta na boca. Então, são... Não dá para aceitar esse tipo de coisa, não dá para considerar esse tipo de pessoa, porque eu não consigo repetir aqui o que a pessoa fala.

Vem cá! É falta de capacidade de expressão? Quer falar mal de mim, não tem problema nenhum, mas fala de uma maneira que, ao menos, tenha capacidade de expressão, e não no desespero de dizer palavrões que eu não consigo repetir aqui nem em lugar nenhum... Em lugar nenhum, não; talvez, quando estiver com a turma lá no bar, só de amigos íntimos, dê para dizer alguma coisa, mas aqui não dá.

Então, como é que eu vou considerar uma pessoa como essa? Eu não posso ter a mínima consideração. É diferente de a pessoa pegar e dizer



algumas coisas... Não tem problema nenhum! Você fala; você responde. Eu não sou de responder em público também. Agora, isso aqui é de um nível que não dá para eu fazer mais comentários para a senhora.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Mas o senhor atribui, General, que esses ataques dele foram porque o senhor abortou R\$300 mil que iam ser destinados para ele, para os blogues dele?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Não, não é. Eu acho que não é. Se era... E também tem o seguinte: você não sabe... Em termos financeiros, em posições de Governo, você nunca sabe o que você está atrapalhando. Também vamos ser honestos aqui. Mas nunca foi explicitamente esse o motivo. Eu acredito que o motivo foi por quê? Porque ele falou mal dos generais, falou mal do Vice-Presidente, e, em uma entrevista, eu peguei e falei o que eu achava. Então, aí, começou essa coisa toda, mas nunca houve nenhuma proposta de dinheiro, que eu estava bloqueando alguma coisa... Isso aí nunca aconteceu.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor fez aqui uma crítica... O que é fake news?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Fora do microfone.) - Por exemplo, a revista IstoÉ do dia 13 de novembro.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O que nós estamos discutindo, no caso, não é só a prática de fake news nesse caso que eu estou discutindo, General, porque ela trata também dos ataques de ódio, da intenção de detonar, de destruir reputações.

O senhor falou muito bem que acha que há uma minoria ideológica de ambos os lados, de qualquer lado, e reconhece que o Olavo de Carvalho, ao falar do senhor, detonou uma campanha, que não sei se o senhor sabe, mas chegou na ocasião a hashtag Fora Santos Cruz, que chegou a ficar entre os assuntos mais comentados do dia no Twitter. Imagino que para o senhor, como membro do Governo, Secretário de Governo, sabendo da ligação do Sr. Olavo de Carvalho com uma parcela significativa de apoiadores do Governo...



Inclusive os filhos do Presidente são defensores do autointitulado filósofo Olavo de Carvalho. Se houve alguma divergência entre o senhor e o Presidente Bolsonaro na discussão de como tratar essas coisas. O senhor falou aqui mais de uma vez que acha que é preciso haver controle nas redes sociais. O Presidente da República concorda com isso?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Bom, em primeiro lugar, eu não sei se o Presidente da República concorda. Eu vou de trás para frente. Esse negócio de hashtag são os elementos... Eu vou projetar daqui a pouco mais ou menos como é que funciona, em qualquer grupo radical como é que funciona o sistema. Fora Santos Cruz, sinceramente, eu vi foi pouco, assim um filho meu, alguém amigo, o pessoal que trabalhava comigo. Eu nunca perdi tempo em olhar esse negócio. O dia em que eu tive que ir fora, eu fui; pronto, feliz da vida. Não me arrependo do tempo que passei. Estou feliz nas minhas outras atividades, sem problema nenhum. Então, quem se preocupou com isso não fui eu.

Mas há outras hashtags: por exemplo, ele não, o fulano na prisão, o outro não sei o quê, fora PT. Há hashtags a toneladas. Todo o dia o sujeito inventa uma. E os seguidores...

Coloque aí para mim, for favor, o Pen Drive n ° 2.

Aqui, se vocês identificarem alguém durante o que eu vou expor, é da imaginação dos senhores e das senhoras. Eu não vou falar o nome de ninguém. Eu vou dizer só como as coisas se comportam, seja na área da política, seja na área do meio ambiente, dá para aplicar essa metodologia.

Ali o comportamento de seitas, o comportamento sectário. Isso aí que a gente está conversando é sobre um comportamento sectário. A invenção de temas artificiais onde eu faço essas hashtags. Por exemplo, eu pego uma entrevista de uma personalidade qualquer, de um político, de uma pessoa qualquer, e eu seleciono um pedacinho e aí eu pego aquele pedacinho e faço daquilo ali um escândalo. Perfis falsos, posso utilizar perfis falsos, personagens.



Eu sou o pavão não sei das quantas, eu sou a rainha Elizabeth, e aí vai. Então, é livre a imaginação. A mídia, que não é a mídia profissional, é uma mídia alternativa que nós temos hoje, que é o Twitter, o YouTube, o Facebook, tudo isso. O Twitter é muito importante, porque, do Twitter, eu posso chamar a atenção para o sujeito pegar o link do YouTube ou pegar o link do Instagram, etc. E o linchamento virtual, que acaba nesse contexto todo aí.

Pode passar o próximo eslaide.

Então, o que acontece com o comportamento sectário? O comportamento sectário é o comportamento de seita - e cada um identifica como quiser -, uma equipe técnica. Existem empresas internacionais que conseguem fazer isso daí tecnicamente, com programas que auxiliam isso. Isso é feito de maneira bastante rápida. É o comportamento de seita. O que é o comportamento de seita? O comportamento de seita é: eu sigo um líder ou poucos líderes ali, e o líder é incontestável. E, quando o líder fala, aquilo é uma coisa divina, e todo mundo vai atrás, defende e tal. E, se você falar alguma coisa contra, você também é expulso do grupo, você é inimigo. Por quê? Porque o raciocínio é binário. O raciocínio é binário nesse comportamento de seita. Ele é o quê? Ele é amigo ou inimigo. Eu não preciso ser totalmente contra você para ser seu inimigo. Se eu fizer qualquer coisa contra, eu já sou inimigo. Então, é o binário, é amigo ou inimigo. Qualquer coisa, é traidor e tal. E aí vale tudo.

Outra coisa é que, por ser binário, é muito fácil de organizar, porque difícil é esta convivência aqui, onde sou um pouco diferente dele, sou um pouco diferente do outro. Eu concordo em umas coisas e não concordo em outras. Aí precisa ter um pouco mais de arte para viver, mas, quando a coisa é binária, é muito simples. Aí fica fácil. Então, é muito fácil de organizar.

Nos grupos extremistas, sejam de qualquer natureza, isso aí é muito fácil. Então, ele acaba tendo um centro, que não precisa ser exatamente um líder, um guru, um cara desse. Não é isso. Pode ser uma pessoa de grande influência ou até mais de uma. No raciocínio binário, quem não está comigo é



meu inimigo. Isso aí facilita a organização. Há submissão a uma figura central, uma ou mais que se seguem cegamente, e uma postura arrogante, porque eu tenho uma superioridade cultural, quer dizer, a minha ideia é muito melhor que a do outro. O outro é meu inimigo, o outro não vale nada, o outro é isso, o outro é aquilo. Eu mantenho um estado de conflito permanente, sem limite nas minhas ações. E os ataques são ativados, seja por uma das figuras centrais ou, às vezes, seja até por um dos seguidores. Ele dá o start num ataque qualquer.

O item 2 são os temas artificiais. Eu posso criar hashtags, como foi falado aqui agora. Eu posso fazer coisa por imagem. Eu pego, por exemplo, uma mulher e a ridicularizo, ou pego um cara e o ridicularizo, e por aí vai, de maneira a constranger. Por exemplo, eu lembro que um pessoal do PSL foi à China logo no início do ano, para não falar de outros partidos. Aí foi um pega danado. Agora, o Presidente, até acertadamente, foi à China - vamos tocar com esse parceiro comercial importante para nós -, mas, na época, foi um negócio, foram uns escândalos assim que até... Eu vi pessoas constrangidas.

Uma pessoa, que não vou nem dizer quem é, falou comigo "eu fui à China. Será que tem alguma coisa errada?" Eu falei "não tem nada, não. Eu já fui lá duas vezes. Não tem problema nenhum".

Mas o que aconteceu? O grupo constrange, né? O grupo constrange, intimida e tal. Cria uma ideia de falso consenso. Nós tivemos aqui um falso consenso numa época em que se falava muito de assembleia. Fazia-se uma assembleia, e aí "a assembleia decidiu, é democrático". Uma assembleia de 50 decide para 200 milhões. Agora, nós temos um falso consenso, o "assembleísmo" dentro da internet: "não ele teve duas mil curtidas, 50 mil acessos". O Brasil tem 206 milhões! Eu não posso dizer que isso aí é consenso.

Então, agora, eu não sou de ver isso aí. Eu fui estudar esse negócio, fui dar uma olhada em algumas coisas, e eu vi que havia comentários terríveis. Quando você vai ver, tem 270 acessos. O que é isso em termos de Brasil? Então, a gente não pode se impressionar com essas coisas. E isso aí faz uma



manipulação do debate. Parece que o debate é aquilo ali que está sendo mostrado, e não é.

Você pode ter também todo esse linchamento virtual com perfis falsos. Eu posso ter dez caras lá que passam o dia inteiro sem fazer nada e ficam abrindo perfil. Fazem perfil o dia inteiro. Eu não tenho paciência de gerenciar o meu, mas tem gente que gerencia dezenas. Então, isso aí pode acontecer.

O.K. Pode tocar para a frente.

Troca o eslaide, por favor.

O perfil falso de que eu estou falando, que é uma parte mais extremista da coisa, o pessoal que mais corre risco, que agride mais, porque, normalmente, ele se esconde atrás de um perfil falso, de um nome fictício, de um personagem qualquer, um personagem histórico, o Batman, sei lá quem. E é aquela obsessão, aquele extremismo radical, uma paranoia que faz esse ataque em bando, porque muita coisa que vem ali vem no meio do anonimato. Então, esse...

E aí o linchamento virtual, o efeito manada, porque vem com toda essa estrutura. Essa estrutura, às vezes, não é organizada... Normalmente, ela não é organizada formalmente. Ela acaba acontecendo por afinidade.

Então, foi a essa conclusão que eu consegui chegar.

A senhora perguntou por que acontece. Acontece por causa disso.

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Presidente, tempo de Líder, por favor.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Uma última pergunta.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Deputado, primeiro aqui.

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - O.K. Deixa ela terminar. Pois não.



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Uma última pergunta.

Retomando uma pergunta que eu fiz ao senhor antes, em que citei o nome do Tercio Arnaud Tomaz, de José Matheus Sales Gomes e de Filipe Martins, o senhor disse que os três trabalham no gabinete do Presidente da República. O senhor tem ideia... Disse que o Filipe Martins... Inclusive, a revista *Crusoé* o responsabiliza pela campanha e pelo objetivo da sua saída do Governo. O senhor disse que ele é um assessor da política internacional. E os outros dois? Eles fazem o quê no gabinete do Presidente da República?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - Eu não sei exatamente o que eles fazem lá, mas, de acordo com... Eles cuidam talvez das comunicações pessoais. Eu não sei. Eu não sei exatamente as funções deles. Mas acredito que trabalhem nessa parte de...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Mas é possível que cuidem da comunicação pessoal? É possível?

O SR. CARLOS ALBERTO DOS SANTOS CRUZ (Para expor.) - É possível que cuidem da comunicação pessoal. Nunca parei, nunca entrei na sala em que eles trabalham. Nunca conversei com eles. Mas são pessoas lá da confiança do Presidente. E acredito eu, até pela experiência dele de vida, que não sejam assessores de outros assuntos mais complexos. Cuidam de comunicação pessoal.”

Depoimento do Sr. Miguel de Andrade Freitas, realizado no dia 27 de novembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9413>



“Eu começo com uma apresentação que é baseada nessa entrega de dois documentos que eu fiz para a PGR, em novembro do ano passado, que foi uma iniciativa de tentar informar as instituições de forma que elas pudessem trabalhar a rastreabilidade do envio de mídias na plataforma WhatsApp para combater crimes digitais.

Então, eu vou passar rapidamente a apresentação, porque teve que ficar em vários eslaides aqui. Ela está organizada nessas duas linhas principais, que foram os dois documentos que eu entreguei, que eu enviei para a PGR, em novembro do ano passado, e eu estou fazendo a entrega formal desses dois documentos aqui. Peço que registrem que eles estão em anexo aqui, no arquivo que eu deixei.

Já me adianto, pedindo um pouco de desculpa aos colegas, aos colegas não, aos caríssimos Senadores e Deputados se a apresentação, eventualmente, ficar com alguns aspectos muito técnicos, mas, justamente, o meu objetivo é trabalhar para corrigir uma assimetria que eu vejo em termos de informação entre o conhecimento da empresa, no caso, do WhatsApp, e o conhecimento que está disponível para os legisladores, para as instituições e para as autoridades. E eu vejo que essa assimetria de conhecimento a respeito de como essas tecnologias funcionam muitas vezes dificulta que sejam estabelecidas formas de colaboração mais efetivas entre as instituições e essas empresas.

Então, na primeira parte, que corresponde ao documento, eu faço uma demonstração, eu provo, apresentando como funciona o WhatsApp internamente, que é possível a gente fazer um rastreamento da origem de mídias enviadas através da plataforma WhatsApp.

E mídias são arquivos de vídeos, são imagens, são fotos, são áudios e documentos também. Você tem opção no WhatsApp de anexar um PDF, por exemplo. Na segunda parte, eu aplico essa metodologia no caso das fake news na eleição de 2018, que foi um trabalho que fiz em conjunto com alguns grupos



de pesquisa do Rio de Janeiro que tinham essa base de mensagens que circularam nos grupos de discussão durante as eleições. Aí eu sigo até onde é possível, sem, enfim, uma ordem judicial, que seria uma etapa seguinte desse trabalho.

Pode passar.

Aqui um sumário executivo. A minha apresentação é mostrar que é tecnicamente possível obter, com essa colaboração do WhatsApp, informações sobre a origem de uma mídia digital, que é enviada ou encaminhada através da plataforma. Eu demonstro que o encaminhamento entre grupos e usuários preserva essa capacidade de rastreamento, de forma que a gente possa chegar à primeira pessoa que fez o upload da mídia. E destaco uma resposta que o WhatsApp deu, no dia 23/1 - isso foi uma resposta que ele deu à matéria da Folha, que cobriu esse trabalho -, de que ele não preservava os registros de upload da mídia. Então, eu destaco que essa resposta do WhatsApp pode, possivelmente, constituir uma violação do art. 15 do Marco Civil. Eu vou elaborar um pouco isso mais para frente. E já há uma decisão de segunda instância reconhecendo esse descumprimento. Essa decisão está citada nessa referência que eu coloco aí abaixo, que também está em anexo nos documentos que entreguei.

Pode passar, por favor.

A aplicação da metodologia foi feita nessa base de mensagens de que outros grupos do Rio de Janeiro fizeram a aquisição durante as eleições. Eu fiz análise de 16 casos específicos, quer dizer, 16 mensagens de conteúdo falso, por critérios de relevância e de melhor rastreabilidade. Todo esse material foi entregue, foi encaminhado para a PGR por e-mail, em 26/11/2018, como uma contribuição pessoal a essa investigação. O que eu tinha de informação de imprensa era que se tratava de uma investigação que estava em andamento a pedido da PGR. Então, eu fiz esse envio justamente para a PGR. E destaco que é uma contribuição pessoal. Isso não tem relação com o meu trabalho de



pesquisa direto na faculdade. E eu também não sou filiado a nenhum partido, a nenhuma empresa em relação a essa contribuição.

Pode passar.

Aqui eu começo a entrar um pouco na parte técnica do funcionamento do WhatsApp. Eu fiz alguns diagramas aqui. Eu só queria destacar o conceito-chave dessa tecnologia que a gente chama de criptografia fim-a-fim, porque, na verdade, historicamente, isso é uma questão inédita. Você tem um empoderamento do usuário onde ele é capaz de garantir a privacidade, a própria privacidade com recursos que ele tem no seu celular. Então, se você for olhar num período histórico, a gente sempre teve os indivíduos dependendo de garantias das instituições para preservar a sua privacidade, e agora você tem um empoderamento: o próprio aplicativo que roda no seu celular criptografa a sua mensagem. Aqui, neste exemplo, digamos que você tem esse "Bom dia!" enviado do celular da esquerda para o da direita. Digamos que o João mandou um "bom dia" para a Maria.

Essa mensagem "bom dia", no momento em que sai do celular do João, está codificada, criptografada, está representada por aquele conjunto de zeros e uns ali, e, de fato, ninguém fora do celular do João ou da Maria sabe o conteúdo dessa mensagem. E aí há toda uma discussão, que é bastante interessante, do que o WhatsApp pode efetivamente fornecer em termos de informação dessa troca de mensagem, que é a questão dos dados versus os metadados. Então, o servidor do WhatsApp sabe que uma mensagem foi enviada do João para a Maria, mas ele não sabe o conteúdo dessa mensagem. Sempre que essa discussão vem à tona do WhatsApp, "mas o WhatsApp não tem como burlar", realmente não tem como burlar. Então, tecnicamente, de toda a informação que a gente tem de como o sistema funciona, ele é bastante seguro.

E aqui eu destaco como funciona o envio de mídias, que, na verdade, segue por um caminho um pouco diferente do caminho da mensagem em si.



Eu destaquei ali, ele segue por dois caminhos: um caminho verde para as mídias e um caminho vermelho para as mensagens.

Então, digamos que, nesse exemplo aqui, novamente o João está querendo mandar a foto da Mona Lisa para a Maria, e junto daquela mensagem verdinha, que poderia ter o "bom dia", ele quer mandar essa imagem. O que acontece no processo aqui é que a mensagem é criptografada separadamente primeiro, isso gera um arquivo criptografado, que está representado com aquele cadeado verde ali, esse arquivo é enviado para os servidores do WhatsApp e fica disponível em um servidor web - do WhatsApp ou do Facebook - da empresa que hospeda esses arquivos, e dois campos estão inseridos na mensagem texto em campos escondidos, que são a URL e a chave. A URL é aquele endereço que a gente coloca... A gente pode pegar essa URL e colocá-la no Browser, aí a gente vai conseguir fazer o download deste arquivo. Só que se eu faço o download de um arquivo criptografado, eu não consigo entender o conteúdo dele, eu só consigo entender o conteúdo dele se eu tiver a chave, que é como se fosse uma senha para converter novamente aquele arquivo, que é aquele cadeado verdinho, para a imagem da Mona Lisa. Então, o ponto aqui é que esse caminho de envio de um arquivo de uma mídia é um pouco diferente do caminho normal de envio de uma mensagem puramente de texto. E aí por que eu estou destacando isso?

Pode passar, por favor.

Aqui é um experimento simples - que qualquer usuário de WhatsApp pode fazer - de usabilidade. Ele pode perceber a diferença que tem quando ele faz um upload - ele gravou um vídeo e está fazendo um upload desse vídeo - e ele observa aquele círculo de progresso na interface do WhatsApp. Se, por outro lado, ele está fazendo um repasse, um encaminhamento de uma mensagem, geralmente esse encaminhamento é instantâneo, não há um indicador de progresso e o tique de que a mensagem foi enviada aparece imediatamente.

Passe, por favor.



Aqui é a explicação de por que isso acontece. Quando você faz esse encaminhamento, digamos que a Maria agora está encaminhando aquela mensagem que ela recebeu com a imagem da Mona Lisa para uma outra pessoa, ela encaminha apenas as referências que permitem recuperar a mensagem, ou seja, ela encaminha apenas as informações que são a URL de onde o arquivo criptografado está hospedado, que é aquele arquivo verdinho com cadeado lá em cima, e a chave, que seria a senha criptográfica para você poder recuperar o arquivo original, mas a diferença é que não há um novo upload desse arquivo.

Nesse eslaide, essa lupa representa um detalhe passo a passo de como é que esse processo é feito. Eu não vou seguir esse passo a passo. Deixo aqui só como referência na apresentação, porque isso aqui é para provar o meu ponto no próximo eslaide.

Bom, então aqui é uma comparação que eu faço entre aplicações, à luz do que a Lei do Marco Civil da Internet diz. E você tem, na coluna ali do meio, a comparação com as aplicações tradicionais, porque a Justiça hoje já está habituada cotidianamente a dar ordens judiciais para obter informações sobre quem foi o autor daquele conteúdo. E eu comparo isso com o que acontece com o WhatsApp.

Então vocês podem ver que nos dois casos, basicamente acontece o mesmo processo. As duas aplicações, tanto, por exemplo, uma página de Facebook, você não sobe uma página de Facebook se você não estiver logado na sua conta de Facebook; da mesma forma, você não faz um upload no WhatsApp se você não estiver logado na rede do WhatsApp. Então a autenticação é exigida. O servidor que recebe aquele upload conhece o endereço IP do terminal que está fazendo o upload. Nos dois casos, é gerada uma URL, que é um identificador inequívoco, nos termos da Lei do Marco Civil, art. 19, §10.

E o que a gente está acostumado a ver é que as hospedagens de site, as páginas dessas aplicações tradicionais, provedores de aplicação conhecidos



são obrigados a manter os registros de acesso por seis meses. Isso é o que diz o art. 15. E no caso do WhatsApp, essa questão me parece que nunca foi colocada; mas eu não vejo nenhum motivo técnico pelo qual o WhatsApp seria desobrigado de cumprir com esse mesmo artigo.

Pode passar, por favor.

Aqui a gente já entra na parte da aplicação nas eleições. Então essa é uma imagem que foi elaborada pelo grupo da UERJ. A referência está ali embaixo. O artigo também está em anexo. A gente pode ver como é que uma notícia falsa se propaga, viraliza entre os grupos. Aqueles pontinhos ali seriam grupos de discussão política, e as linhas são usuários que participam de mais de um grupo, e eles fazem a ponte, fazendo o repasse entre os grupos, produzindo esse processo de viralização. Então a gente percebe que começa ali às 11h da manhã, e à medida que o dia passa, você vai aumentando o alcance dessa propagação dessa notícia, que no caso era uma notícia falsa, por esse processo.

E fazendo uma amostragem, e aí amostragem significa participar desses grupos de política, que, muitas vezes, têm convites públicos disponibilizados e trocados em diversos meios, você consegue uma amostragem de como está funcionando essa dinâmica de propagação de fake news. Não quer dizer que você vá ter acesso a todas as...

O SR. MIGUEL DE ANDRADE FREITAS - ... propagações, não é? Essa estimativa ali de alcançados são apenas dos grupos que foram amostrados, mas a dinâmica que você analisa nessa escala é a mesma dinâmica na escala global de toda a rede.

Então, aqui foram analisados os dados de 277 grupos de política no período eleitoral e pré-eleitoral, que tinham convites públicos. Isso é para todos os candidatos da eleição. Uma base de 799 mil mensagens, 15 mil participantes e 120 mil imagens compartilhadas.

Pode passar.



Só que, para fazer uma análise de propagação de mensagens específicas, a gente tem que ter um critério para selecionar essas mensagens. Então, o primeiro critério que eu adotei foi pegar uma seleção que foi feita pelo jornal El País, que é uma matéria chamada "Os 'whatsapp's' de uma campanha envenenada", que é uma matéria bastante interessante, porque ela mostra o que era um tráfego típico de mensagens compartilhadas nessas mídias, então eu peguei... eu localizei essas imagens nos grupos e fiz análise de rastreamento desses casos.

E os outros critérios seriam as imagens mais compartilhadas e que fossem comprovadamente falsas por sites de verificação de informações; e essas mídias falsas que tinham as melhores características de rastreamento. E aí é um critério importante, que se trata de a URL, de a mídia ser preservada entre os encaminhamentos. Quando isso não acontece, é um indício de que a mensagem se propagou provavelmente por um outro meio, talvez uma outra plataforma de rede social, antes de ser colocada no WhatsApp.

Eu vou dar um outro exemplo, acho que é no próximo eslaide.

Então, justamente, essa aqui é a seleção da matéria do El País, e o que aconteceu foi que, embora todas essas imagens, eu tenha feito a análise de propagação delas nos grupos, em alguns casos essa rastreabilidade não era boa, porque a URL não se mantinha,...

O SR. MIGUEL DE ANDRADE FREITAS - ... ela não se preservava ao longo da propagação da mensagem nesses grupos. Mas, de qualquer forma, essas informações estão no relatório, que eu anexei e entreguei na PGR.

E aqui eu tenho já um exemplo oposto, que é um exemplo de uma excelente rastreabilidade, eu diria até mais do que boa, que é... a imagem está ali no canto, é difícil de ver, porque ela está muito pequena, mas é uma suposta conversa entre o Fernando Haddad e o Sergio Gabrielli, combinando que eles fariam uma matéria fake na Folha de S.Paulo, e essa matéria fake supostamente seria a matéria sobre o envio massivo de mensagens pagas com



caixa dois, enfim foi aquela matéria que deu toda aquela repercussão, então essa imagem seria o candidato...

E aí, ali embaixo, é um exemplo da listagem onde você tem o horário em que a mensagem foi vista em cada grupo, e o que a gente pode perceber é que a URL encontrada em todos os grupos é a mesma. Então, isso indica que todas essas ocorrências da mensagem são encaminhamentos sucessivos de um único upload original, que poderia então ser usado para um processo de investigação.

Pode passar.

O caminho para continuar essa investigação a partir desse relatório seria solicitar, por ordem judicial, ao WhatsApp os registros de acesso do usuário responsável pelo upload desse arquivo, que se encontra hospedado nessa URL - é uma URL dentro dos servidores do WhatsApp. Eu, por curiosidade, ontem de noite, cliquei de novo nesse link, esse arquivo continua lá; quer dizer, se você clica nesse link, você baixa um arquivo de 70k, que é aquela imagem; você não vai ver essa imagem, eu preciso te dar também a senha, para você descriptografar e ver aquela imagem específica, mas esse arquivo continua no ar, ou seja, se alguém daquela lista fizer um novo repasse, vai continuar preservando essa mesma URL, que foi criada pelo primeiro usuário da plataforma WhatsApp e fez o upload desse arquivo.

Então, pode passar também.

Considerações finais sobre o trabalho. Foram analisados, então, 16 casos de fake news que circularam em grupos de política, extraindo essas URL, que poderiam servir para elaborar solicitações judiciais. Aqui é uma especulação minha de que seria improvável que o WhatsApp ainda possua esses registros da época, ainda mais considerando que eles deram uma resposta no início do ano dizendo que eles não guardavam esses registros, que é justamente essa discussão quanto ao WhatsApp estar infringindo um artigo do marco civil. Acredito que um ajustamento de conduta da empresa nesses termos permitiria investigações nessa forma que eu estou descrevendo.



Tem só mais um.

E, na minha opinião, esse mecanismo de rastreamento que eu estou propondo aqui sugere uma janela segura para investigações moderadas, sem abusos e acesso em massa pelo Estado. Naquele momento em que eu disse que há um empoderamento do usuário com a possibilidade de garantir a sua própria privacidade hoje, eu entendo isso como um movimento que visou combater um acesso em massa pelo Estado. A gente teve aquele caso do vazamento do Snowden, onde, quando as informações não eram criptografadas fim a fim, você poderia com muita facilidade tecnológica monitorar as conversas privadas de todo mundo. Então, essa criptografia do WhatsApp, do Telegram e de todos esses aplicativos vem como uma resposta de certa forma a essa questão, mas acredito que a gente pode avançar com esse debate.

Talvez os trabalhos da CPMI possam sugerir uma colaboração maior com as empresas para que, dentro dos limites tecnológicos que essas empresas operam, elas possam colaborar efetivamente com investigações previstas em lei, como, por exemplo, a lei de interceptações telefônicas que a gente tem, que é uma lei que é muito clara nos casos que isso pode ocorrer, não seria uma invasão indiscriminada da privacidade das pessoas.”

Depoimento do Sr. Marco Aurélio Ruediger, realizado no dia 27 de novembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9413>

“Eu sou Diretor de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas, doutor em Sociologia Política, mas eu queria deixar claro, desde o



início aqui, que o que eu vou apresentar aqui, as opiniões aqui são de minha inteira responsabilidade e não representam a posição oficial da Fundação Getúlio Vargas, a instituição que eu trabalho, em absoluto. Então, é uma contribuição, digamos assim, em termos cívicos, que pretendo dar, e em termos pessoais. Com ajuda de alguns colegas, elaboramos aí essa pequena apresentação. O objetivo é que ela seja muito rápida e muito sucinta, mas que ela dê espaço para a gente poder fazer depois um debate mais substantivo.

A questão que eu queria trazer para vocês, eu queria começar por um ângulo da Sociologia Política, em si, para dizer que o fenômeno que a gente está enfrentando não é um fenômeno que ocorre a partir das eleições do ano passado. A gente já identifica, no nosso laboratório, a presença de processos de desinformação organizada desde antes de 2014. Vou mostrar alguns exemplos a vocês daqui a pouco, mas desde antes de 2014 a gente vê esse processo ocorrendo. Ele vem se intensificando de forma bastante significativa. Isso, no meu entender, joga uma sombra extremamente preocupante em relação às instituições do País e ao próprio processo democrático. Queria ressaltar isso para vocês, deixar bem claro em termos de uma condição basilar do que vou falar daqui para frente. No final, vou trazer para um campo muito concreto e propositivo.

Adiante, por favor.

Isso daqui, é para a gente olhar em termos gerais, esquemáticos, o que seria desinformação. Desinformação, eu diria a vocês, é termo que se usa hoje, correntemente, na área. A gente tem parceria com o Atlantic Council, com o National Democratic Institute e com outras instituições de pesquisa. Basicamente, a preocupação geral não é só com fake news, mas com o processo de desinformação num sentido muito mais amplo, que não é feito só por uma notícia maliciosa e deturpada, mas, sim, por todo um processo de convencimento em massa de percepções, com base, muitas vezes, até em verdades, mas que visam a distorcer e a quebrar a credibilidade no próprio processo político, nas instituições.



Por favor.

Então, em geral, na produção... Um conteúdo anônimo é bastante percebido. Quando eu digo que é anônimo, às vezes, existe uma foto, existe um nome, mas não é de fato uma pessoa. Isso aí tem uma conjugação muito forte com um processo de polarização que a gente tem atravessado no País.

Num segundo momento, a disseminação se dá através de redes de automação, que são ecossistemas de automação, na verdade. Quando eu falo rede, eu não falo só de uma plataforma, mas de uma estrutura sistêmica de vinculação de várias plataformas. Esse é o ponto muito importante. Há um disparo em massa, que é um outro ponto importante. Finalmente, isso é complementado por influenciadores e comunidades de influenciadores que operam de forma aderente às estruturas de desinformação automatizadas. Então, a gente está falando aqui de um sistema inteiro de composição. E o impacto disso qual é? Uma distorção brutal da informação, que já é simétrica e se torna muito mais; um processo de difamação e de destruição de reputações consistentes sustentado, planejado e, finalmente, a quebra de confiança nas instituições.

A quebra de confiança nas instituições, a meu ver, é o aspecto mais nocivo e pífido desse processo porque, no momento em que não existe confiança, não existe contrato. O que precede um contrato é a confiança. Então, quando se quebra a confiança se trafega no niilismo absoluto em relação às instituições e aos pactos sociais.

Daí, abre-se espaço para qualquer tipo de aventura ou de proposta que seja antagônica à própria democracia. Isso eu acho que é extremamente danoso e, por isso, eu digo que nós vivemos um momento extremamente complexo que exige de todo o aparato institucional, estatal e cívico uma atenção extremamente grande, principalmente porque se avizinham eleições agora.

Em frente, por favor.



Então, só como um resumo. A automação com o uso anônimo e disseminado de redes de robôs, mas não só de robôs, o.k., para atacar adversários, espalhar notícias falsas e atingir de forma intencional valores e regras democráticas. Esse é o ponto central!

Em frente.

As características seriam uma automação... Mas eu quero lembrar vocês que anteriormente eu falei que influenciadores fazem parte do processo também, não só perfis automatizados, mas os perfis automatizados têm um propósito, o espalhamento de ampliação da capilaridade em tempo real numa compressão do tempo numa rede de progressão e impactos bastante acentuados. Basicamente, só para fazer uma síntese, posts com menos de um segundo, utilização de plataformas, o que aqui eu quero dizer que são softwares ou fazendas com administração de contas, aqui ou no exterior. Isso é importante entender, que do exterior também há muita desinformação do que ocorre no Brasil e os trabalhos nossos, da minha unidade que lidero na fundação, já foram publicados aqui e também no exterior, são de conhecimento no exterior de várias organizações, até o Departamento de Estado dos Estados Unidos tem cópias desses trabalhos.

Disseminação em massa também é outro ponto importante.

Vamos em frente.

Isso aqui é uma tipologia de robôs, eu não vou me alongar aqui. Só queria ressaltar que nem todos os robôs são maléficos, nem todos os robôs são nocivos, nem todos os robôs são ilegais, há robôs, por exemplo, de organizações, de bancos, que ajudam no nosso dia a dia. Então, é muito importante ter essa distinção.

Então, o que caracteriza os robôs que são maliciosos? É isso que me interessa, é isso que a gente está olhando, é disso que se trata aqui.

Em frente.



Aqui, finalmente, eu mostro para vocês o que é uma onda de disseminação a partir de um robô. Então, o que está ali em rosa são perfis automatizados, o que está em azul são perfis humanos e cada uma dessas linhas que nós vemos aqui, e que eu ali embaixo chamo de grau 1, 2, 3 e 4, é a distância entre uma pessoa e a seguinte dentro de uma rede. A gente vê que a partir de um perfil totalmente automatizado, e esse é identificado como um potencial mecanismo, um algoritmo, que, em outras palavras, eu poderia chamar de robô, influencia não só pessoas de forma orgânica, mas, também, repassa para outros robôs essa informação. Uma vez repassada essa informação, ela vai para o nível 2, pessoas que receberam essa informação e acham que, de alguma forma, tem alguma validade, repassam adiante e assim sucessivamente numa onda de impacto.

Nesse caso específico, eu estou pegando um caso específico, num dia específico. Eu trato no laboratório com milhares de casos por dia, filtrados por dicionários linguísticos gigantescos, que são criados por nós, numa metodologia extremamente robusta e conservadora até, eu diria, no sentido de identificar o que é e o que não é. A gente tem um cuidado muito grande de não cometer erros. Os nossos bancos de dados, inclusive, já passaram por outras instituições que olharam e a gente faz esse tipo de averiguação.

Basicamente, a partir de uma informação que foi automatizada, o impacto ali, esse especificamente atingiu usuários únicos, 1.521, sendo 250 robôs. Em vários casos desses, um outro robô replicou para outros robôs.

Bom, isso aqui é para dar uma dimensão com o que a gente está lidando. É um negócio que eu acho importante, porque são em milhares. Eu não estou falando de um, estou falando de milhares.

Vamos adiante, por favor.

Então, aqui, em 2014, já na eleição. A gente viu na eleição de 2014 a polarização, utilização em vários campos de robôs. Eu diria para vocês que a utilização de robôs não é privilégio num campo, eu não estou endereçando isso a um candidato específico, eu estou falando de campos. O.k.? Não é, muito



embora haja campos que utilizem de forma muito mais significativa e muito mais eficaz do que outros.

Vamos adiante.

Essa aqui já foi na eleição de 2018. Se não me engano, foi no primeiro turno. Em setembro, no primeiro turno.

A gente tem... Aqui a gente fez uma um mergulho um pouco mais profundo, até porque no segundo turno fica mais fácil ver os polos, não é isso? Então, no primeiro, a gente tem o centro, o centro político ali. O campo rosa e o campo laranja são muito mais fracos na utilização de qualquer tipo de mecanismo desse tipo. As polaridades usam muito mais. E eu estou falando de novo de campos, eu não estou endereçando isso a nenhum candidato, quero que fique claro isso. Mas isso é um fato. Isso é um fato comprovado numericamente e estatisticamente. Esses bancos de dados podem ser abertos para qualquer um tirar qualquer dúvida.

Vamos em frente, por favor.

E no final a gente tem um processo de polarização que é extremamente acentuado pela avalanche de informações que concorrem em tempo real, 7 por 24 - sete dias da semana, 24 horas por dia -, radicalizando e polarizando o processo.

Vamos em frente.

Aqui... E esse é um ponto muito importante. Essa situação hoje dos perfis que existem atuando nas discussões nas redes. E nesses perfis eu acho que eu não incluí aqui os robôs, mas há robôs funcionando no debate hoje. Ou seja, há um contínuo que não se limita somente às eleições.

Então, o processo político todo hoje, o processo do debate e o processo de auscultar a sociedade civil através de redes sociais...

Evidentemente a polarização é muito grande, principalmente entre alguns segmentos de esquerda e de direita mais extremos. Isso é tranquilo.



Vamos adiante.

Então, disparo em massa, eu falei já de fábricas. Não vou demorar nesse eslaide.

Passe adianta por favor.

Aqui é a ideia do ecossistema. É importante isso, porque por exemplo o WhatsApp, como disse o professor que me antecedeu, o WhatsApp tem grupos públicos; ele puxa as pessoas através de grupos públicos para uma série de debates, depois as pessoas são convidadas para outros subgrupos, para outros subgrupos, que, a partir dali, uma série de materiais de divulgação são repassados e depois eles transbordam para as plataformas mais tradicionais de debates. Não só as plataformas tradicionais operam, mas outras plataformas também têm vínculos com isso. O reddit tem, por exemplo, a ver com isso. Ali o GAB, o sapo verde, por exemplo, é uma rede especificamente de extrema direita e que tem uma presença, assim, de brasileiros quando se olha a fundo essa rede. E dali sai muita informação, muita desinformação que alimenta também esse complexo todo. O sapo ali, o GAB. E outras redes, enfim, TikTok, Instagram. Então, a gente está falando de um complexo. É muito mais sofisticado do que simplesmente a gente pensar numa plataforma só.

Vamos em frente.

Então, a circulação nas redes sociais, eu vou tentar ser um pouco mais objetivo, que o WhatsApp já foi abordado interiormente aqui. O WhatsApp tem o compartilhamento de conteúdo que se espalha depois, permeia as outras redes, que pode ser legítimo ou ilegítimo - esse é o ponto.

Vamos em frente.

Redes de influenciadores. Esses, digamos assim, é um problema que eu acho bastante sério.

Vamos em frente.

Eu vou mostrar... Isso aí é uma rede de influenciadores dentro do YouTube. Então, a gente fala muito aqui do WhatsApp, a gente fala muito do



Facebook, a gente fala do Twitter... Eu queria até fazer uma ressalva: eu acho que o Twitter é uma das redes mais accountable que há, mais aberta. Já o Facebook é o contrário; é uma rede que historicamente tem-se fechado cada vez mais em termos da sua parte pública para observação dos analistas, dos pesquisadores. Não acho que seja à toa que no congresso americano o Mark Zuckerberg tenha sido chamado constantemente, questionado sobre as práticas da organização dele nesses termos.

Mas se a gente olhar o YouTube, por exemplo, nele há uma presença extremamente complexa, crescente e eu diria em termos de informação importante, mas também muito perigosa em certo aspecto. Por exemplo, um debate que começa 10h e termina meia-noite. O.k. Perfeito, muita gente não vê. No outro dia as pessoas vão ao YouTube para ver o quê? Ver a edição do debate; vão ver uma versão específica. É uma outra narrativa; é uma pós-verdade em relação ao fato, à verdade que foi o debate. Cada um pode fazer sua propaganda do jeito que quiser.

O problema todo é quando chegam influenciadores que não se sabe quem dirige, quem financia, quem monta o roteiro, de onde saem as informações falsas que são ditas e repetidas e são impulsionadas. Isso aí é um problema absolutamente central. E onde reside a chave para esse problema? Entre outras coisas, na própria plataforma, porque se a plataforma opera de forma distinta...

Por exemplo, da mídia tradicional, que você sabe quem é o editor, quem é o relator, quem é o jornalista, que você pode processar, que você tem uma série de instâncias a que você pode recorrer e, numa plataforma dessas, até você passar por todas as instâncias - se é que você pode alcançar todas essas instâncias - o dano já está feito, porque é em tempo real. Então, a gente tem uma situação extremamente assimétrica e bastante nociva ao processo democrático, que nós conhecemos e a que nós estamos habituados, todos aqui nesta sala. A gente está falando de uma outra coisa.

Vamos em frente.



Então, eu vou tentar só fechar aqui algumas ideias para haver depois uma discussão.

Pode passar, por favor.

Ah! Algumas propostas. Eu vou passar para o eslaide seguinte, porque eu acho ele mais simples. Esse aí.

Eu acho que tem algumas coisas têm que ser ditas desde já. Primeira coisa: ano que vem a gente vai ter uma eleição que vai ser basicamente com dinheiro público. Parte disso pode ser usado para impulsionamento. É importante que o dinheiro público não financie impulsionamento, que deturpe a eleição, que produza fake news e que, em última instância, atinja a própria democracia, a própria estrutura de Estado que financia o processo eleitoral. Eu acho que isso é do interesse da esquerda, da direita, do centro, não tem coloração partidária isso. Todos podem ser afetados, e não é justo que o dinheiro público sustente isso.

Então, é uma questão que tem que ser vista e tem que ser pensada e nós temos algumas discussões sobre isso. Só uma utilização de block chains, por exemplo, para seguir o dinheiro até a ponta - a ponta, eu digo, até a mensagem postada.

Outro ponto: responsabilização das plataformas. Absolutamente central. O WhatsApp, por exemplo, na última eleição, não tinha nem um escritório de representação no Brasil. Foram chamados pela Ministra Rosa Weber para discutir o que aconteceu nas eleições e eles tiveram que fazer uma teleconferência. E eu falo isso com muita tranquilidade. Eu participei do conselho que foi criado na época do Ministro Gilmar para fazer sugestões para o TSE sobre como lidar com esse fenômeno das fake news. Eu acho que o TSE tem que realmente implementar vigorosamente uma estrutura mais adequada para lidar com esse fenômeno, que vai distorcer bastante o processo eleitoral.

Análise de algoritmos: acho que pode ser feito não um acesso aos algoritmos, mas à resultante deles, o que pode ser discutido e pode ser feito.



Hoje na Alemanha se faz isso. Acho que há centros no Brasil que podem fazer uma série de testes. Ainda que eles não sejam conclusivos, eles podem ser indicativos.

Não há acesso a algoritmo das plataformas em absoluto, mas eu posso fazer uma série de testes de checagem, de forma uniforme, com vários centros fazendo os mesmos questionamentos, vendo as resultantes produzidas em resposta. É basicamente isso. Isso não é algo que possa, a partir daí, configurar o desvio, mas configurar um ponto de atenção.

Por exemplo, há pouco tempo isto circulou e era verificável: conteúdo altamente racista que vinha como resposta, por exemplo, no Google, a partir de perguntas aparentemente inocentes - por exemplo, mulheres negras dando aula. E vinha um conteúdo extremamente negativo. Como é que o algoritmo produz um negócio desse a partir de uma pergunta dessas? Então, esse tipo de coisa pode acontecer também no processo eleitoral. Não estou dizendo que há uma má-fé nas plataformas que geraram o algoritmo por detrás, mas, eventualmente, um indicativo desses por vários centros de pesquisa, ao mesmo tempo, sugere um olhar mais atento e um ajuste nisso durante o processo eleitoral.

Por fim, a proteção de dados. A gente tem uma lei de proteção de dados. Eu acho que a autoridade de proteção de dados tem que ser nomeada, essa lei tem que ser levada a sério, estão levando muito tempo para isso e eu acho que isso deve ter inclusive um desenvolvimento institucional na construção normativa da própria lei, ela tem que ser mais ampla ainda do que já é.”

Depoimento do Sr. Arnaldo César Ricci Jacob, realizado no dia 03 de dezembro de 2019



Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9471>

“Eu sou um jornalista de longa trajetória na imprensa do Rio de Janeiro. Trabalhei nos principais veículos de comunicação convencional do Rio de Janeiro. Fui repórter, fui foca, fui editor executivo e presidi uma empresa do Governo que administrava a TV Educativa no Rio de Janeiro, a TV Educativa no Maranhão e uma rede de cinco rádios. Hoje, eu dirijo uma empresa de comunicação digital, onde trabalho com realidade virtual e realidade ampliada para reduzir acidentes de trabalho em áreas de grande risco.

Eu gostaria de falar para os senhores sobre a ABI. A ABI é uma instituição com 111 anos de idade. Ela é uma das cinco ou seis mais antigas representantes da sociedade civil organizada no País. A partir dos anos 30, essa associação teve um protagonismo muito forte na política deste País, quando ela foi a ponta de lança da campanha do petróleo, que depois se transformou na campanha O Petróleo é nosso!. A partir daí ela teve posições muito fortes. Especialmente durante o regime militar, a ABI foi considerada uma trincheira da democracia - é assim que a gente a chama no Rio - e teve uma participação também muito grande no processo de redemocratização do País. Talvez poucos dos senhores saibam, mas o texto que pediu o impeachment do então Presidente Collor foi escrito pelo Dr. Barbosa Lima Sobrinho, na condição de Presidente da Associação Brasileira de Imprensa.

Feitas essas apresentações, eu queria também falar para os senhores que a ABI se dedica basicamente a quatro bandeiras: a questão da liberdade de imprensa, a questão da democracia, a questão do Estado democrático de direito e a questão da soberania nacional. Essas são as bandeiras com que tradicionalmente essa associação vem atuando politicamente no Brasil.



Quando se trata da questão de fake news, vê-se que fake news corrói a democracia, desorganiza a formação da opinião pública no País, confunde a formação da opinião pública e, de certa forma, desestabiliza o Estado democrático de direito.

A ABI, desde meados de 2016, vem estudando a questão de fake news. E começou a discutir essa questão logo depois do plebiscito que houve na Inglaterra conhecido como Brexit. Naquele momento, começou-se a perceber a utilização de fake news de uma forma muito mais sofisticada e muito mais persuasiva.

A partir dali a gente começou a debater esta questão, e nós evoluímos para um posicionamento o qual eu vou revelar aqui para os senhores.

Normalmente, essas instituições tipo ABI vinham até então... A própria ABI fazia isso. Quando se tinha um desacerto, uma irregularidade, a ABI reagia através de notas oficiais ou de manifestos, coisas desse tipo. Nós percebemos que isso, no mundo das comunicações de hoje, já não produz nenhum tipo de resultado. Então, nós começamos a trabalhar numa ideia de que a ABI teria que encontrar meios de combater a fake news no campo em que a fake news se manifesta, que é o campo das redes sociais. E desenvolvemos um projeto sobre o qual estamos conversando com Tribunal Superior Eleitoral, aqui em Brasília.

O projeto é muito simples em que se usa robótica. O mesmo robô que dissemina informação dentro das redes sociais pode ir lá e captar as informações nocivas que estão dentro da rede. Uma equipe de checagem constituída por jornalistas faz a checagem numa velocidade muito rápida e reinjeta, dentro das redes sociais, uma vacina... O que nós chamamos de vacina. O que é essa vacina? É um aviso. Esse aviso vale para os internautas, para os leitores de veículos convencionais, para os telespectadores de uma rede de televisão, para os radiouvintes; esse aviso vem e diz que aquela informação é suspeita. Nesse meio tempo, essa equipe de profissionais checa essas informações e certifica se aquilo é verdadeiro ou é falso. Então, esse é



um mecanismo, é uma forma que a gente discutiu para a Associação Brasileira de Imprensa combater a fake news de uma maneira mais efetiva.

Existem empresas, e eu imagino que algumas delas estejam aqui nesta Mesa hoje, que fazem isso como uma iniciativa privada. Algumas organizações de comunicação, grandes grupos de comunicação atuam... Vocês já devem ter visto, como o Fato ou Fake, que as Organizações Globo organizaram. A Folha de S.Paulo também tem um mecanismo de checagem das informações. Mas a nossa grande preocupação na ABI é que a notícia falsa, a notícia negativa, a notícia capciosa não produza o efeito de contaminação que os seus autores querem. Então se deve combatê-la de uma maneira muito rápida e muito veloz. Por isso a gente está trabalhando neste projeto: evitar que se façam estragos na formação da opinião pública - esse é o objetivo.

Nós da ABI estamos também olhando para uma evolução que vem acontecendo nessa área da fake news. Então, a primeira questão que a gente tem se debruçado é a seguinte: como combater fake news num país onde o próprio mandatário produz fake news?

Isso acontece nos Estados Unidos, isso acontece aqui no Brasil, isso acontece na Turquia, isso acontece na Hungria e isso acontece nas Filipinas.

Eu não sei se os senhores sabem - provavelmente já tenham informado os senhores nesta Comissão - que o Presidente das Filipinas, que se chama Rodrigo Duterte, produz fake news nas redes sociais, especialmente no Twitter, conclamando a população a que sejam eliminados naquele País três milhões de traficantes. Essa é uma meta de governo dele. E ele fala que quer eliminar esses três milhões e jogar os corpos dentro de uma baía que banha a capital das Filipinas, Manila. Mas isso é um absurdo total e absoluto, porque é um Presidente da República propagando um extermínio, um holocausto, matar três milhões de pessoas e jogar dentro da baía. É óbvio que ele não fará isso, mas ele quer usar o impacto dessa informação, tanto que ele ganha projeção internacional e estamos nós aqui falando do Sr. Rodrigo Duterte.



Então, essa é uma questão sobre a qual a gente tem feito algumas reflexões. A outra questão é que fake news já não é mais produzida de uma maneira amadora, de uma maneira tosca, como foi no início das redes sociais. Hoje se usam altas sofisticações tecnológicas e se usa uma série de conhecimentos que são manipulados para gerar um resultado, que pode ser um resultado eleitoral ou pode ser também um resultado na área industrial, comercial, como quiser. E, nesse caso, o exemplo mais vistoso, o exemplo que a gente tem tentado entender como funciona é o case Cambridge Analytica.

Cambridge Analytica é um instituto ligado com profissionais da Universidade de Cambridge, na Inglaterra. Esse instituto é uma empresa privada que pertence a um americano chamado Robert Mercer. Ele é um bilionário. Parece que a fortuna dele é da ordem de US\$4 bilhões. Ele é um ex-funcionário da IBM que desenvolveu vários softwares para investir no mercado financeiro americano e europeu, onde ele é especialista nos chamados "fundos abutres", que são aqueles fundos de países em dificuldade financeira e em que há uma especulação violenta.

Pois bem, esse Sr. Robert Mercer é ligado e é mentor de um personagem que vocês certamente já devem ter conhecido, que se chama Steve Bannon, que foi o assessor de imprensa na primeira eleição do Presidente Trump nos Estados Unidos, em 2016.

A ferramenta desenvolvida pela Cambridge Analytica foi usada tanto em meados de 2016, no referendo do Brexit, e depois ela foi replicada em novembro, na eleição do Trump.

Se o Presidente da Comissão me autorizar, eu trouxe um vídeo, que é um vídeo didático, feito pela BBC de Londres, para aqueles que ainda não entenderam como é que funciona o mecanismo da Cambridge Analytica.

Eu pediria autorização para projetar o vídeo...

(Procede-se à apresentação de vídeo.)



Bom, esse escândalo os senhores devem ter acompanhado pelos jornais. O Senado americano e o Congresso americano abriram uma investigação e o presidente e dono do Facebook teve que se esclarecer, teve que ir lá prestar esclarecimentos sobre o porquê ele cedeu 85 milhões de perfis do Facebook para que a Cambridge Analytica fizesse isso que os senhores viram que foi demonstrado aqui nesse vídeo.

Então, isto é uma sofisticação da forma de manipulação e de alteração da opinião pública.

Outra evolução da fake news é o deepfake. Uma tradução rasteira e literal disso seria a falsidade profunda. O deepfake é produzido com softwares. São vários níveis de softwares, mas são softwares de alta sofisticação usados inicialmente pela indústria cinematográfica americana. À medida que esses softwares vão evoluindo - os softwares de hoje estão trabalhando com softwares, se eu não me engano, de quarta geração -, aí os softwares de primeira geração vão passando. Quem compra isso é a indústria de cinema pornográfico e, à medida que vai evoluindo e sofisticando, esses softwares de primeira geração acabam indo parar... E são acessados e comprados por hackers.

Se o Presidente da Comissão autorizar, eu trouxe um outro vídeo. Esse vídeo é uma paródia que foi feita aqui no Brasil com um software já mais novo.

É o outro vídeo.

Esse vídeo é uma paródia feita com o Presidente Bolsonaro. Ele começou a ser veiculado aqui no Brasil...

Segure só um pouquinho.

Esse software começou a ser veiculado aqui no Brasil há três ou quatro semanas e está no YouTube. Esse vídeo eu estimo que já tenha tido uma visualização da ordem de 1,5 milhão a 2 milhões de pessoas.

Eu vou passar um trecho e depois eu vou explicar a sofisticação que existe nesse deepfake.



Por favor.

(Procede-se à apresentação de vídeo.)

Acho que já deu para os senhores entenderem como é feito.

Eu só gostaria de observar que o deepfake aqui funcionou em dois planos. No primeiro plano, é a Mariah Carey, que é uma cantora, se eu não me engano colombiana, que tem... Ele retira, com a ajuda de um software, o rosto da cantora, e insere o rosto do Presidente Bolsonaro. No primeiro momento, você tem uma dificuldade de reconhecimento. Isso é intencional, porque você vai vendo o vídeo e você descobre admirado quem é. A intenção é produzir essa admiração, porque é a forma de fixação da informação no telespectador ou na pessoa que está assistindo. Depois, há uma outra forma de alteração, que é no segundo plano, que é o Presidente Trump. Então, eles trabalharam em dois planos no mesmo vídeo. Isso é o deepfake.

Eu gostaria de dizer aos senhores que isso foi utilizado em campanha política aqui no Brasil nas eleições do ano passado para o Governo do Estado de São Paulo. O atual Governador, João Doria, durante o período da campanha, teve que se defrontar com um vídeo, em que fizeram uma adulteração, onde ele aparece numa orgia sexual. Esse vídeo foi adulterado. O personagem que estava... Foi retirado o rosto desse personagem e se enxertou o rosto do Governador. E, ao mesmo tempo em que eles fizeram a alteração do vídeo, eles também produziram frames. Isso que os senhores estão vendo aqui na tela agora, parado, é um frame, é uma fotografia. Então, distribuíram fotos e distribuíram vídeos. Eu estou contando isso para dizer aos senhores que o deepfake já está na política brasileira. Ele não é uma novidade.

Depois, há outro ponto que eu gostaria de explicar para os senhores.

Se você puder tirar da tela...

Outro ponto sobre o que eu queria falar com os senhores, que é uma coisa que a gente tem observado lá na ABI, é o seguinte. Em agosto deste ano, o The New York Times publicou uma reportagem denunciando a criação de um



grupo de campanha do Presidente Trump, que já está se preparando para a reeleição, e, dentro desse grupo de campanha do Presidente, eles criaram um núcleo de investigadores, de jornalistas que rastreiam os jornalistas que fazem oposição ao Governo e produzem informações, falsas ou verdadeiras, informações com as quais eles querem constrangedor esses profissionais, para evitar que esses profissionais façam críticas, ao longo da campanha, especialmente à gestão do Presidente Donald Trump. Essa é uma outra forma de adulteração da informação e da formação da opinião pública.

Outro complicador para o qual nós temos que estar atentos se chama 5G. É a quinta geração do telefone celular.

Não se sabe ainda se o Brasil vai conceder as concessões para as telefônicas operarem essa quinta geração do telefone celular no ano que vem ou em 2021, mas a verdade é que isso virá, e isso vai... Nós temos que estar preparados, especialmente os profissionais da área de comunicação, porque isso vai virar tudo de cabeça para baixo de novo. Talvez o que a gente esteja vendo hoje, aqui, e achando que é um negócio tecnologicamente fantástico, isso tudo vai ficar superado daqui a um ano.

Bom, eu escalei esses itens todos para encerrar a minha fala, fazendo uma sugestão a esta Comissão, no sentido de que os Srs. Deputados e os Srs. Senadores tenham em mente ou criem mecanismos para que eles possam apoiar, financiar, ajudar instituições que existem no Brasil que hoje fazem pesquisas profundas na área de comunicação digital. Então, em São Paulo, existe a Universidade Mackenzie, que tem um laboratório que é considerado pelos técnicos como um dos laboratórios mais importantes do País nessa área de pesquisa - foram eles que testaram e qualificaram o padrão nipo-brasileiro de TV digital -; você tem, no Rio de Janeiro, a PUC, que tem um laboratório importante fazendo pesquisa na área da interatividade para a televisão digital, que é uma complicação muito grande; você tem, na Paraíba, a Universidade Federal da Paraíba, que vem fazendo pesquisas nessa área; você tem, em



Santa Catarina, a Universidade Federal de Santa Catarina, que tem um centro de pesquisa nessa área muito importante.

E a nossa ideia é que esses centros sejam reforçados, inclusive para fazer pesquisa e acompanhar a evolução do que vem acontecendo, do uso de tecnologia, para o que nós, por enquanto, ainda chamamos de fake news. Eu não sei de que nós vamos chamar quando essa tecnologia, essa complexidade toda começar a funcionar, mas é importante que haja pessoas especializadas, que haja engenheiros, que haja cientistas da comunicação, jornalistas, antropólogos vendo como é que essa coisa está evoluindo. Há um ramo da neurociência que se chama neurolinguística, que foi largamente utilizado naquele processo da Cambridge Analytica.”

Depoimento do Sr. Gésio Passos, realizado no dia 03 de dezembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9471>

“Primeiro, eu gostaria de destacar também que sou empregado da Empresa Brasil de Comunicação, repórter da Rádio Nacional, que também neste momento sofre, desde a época eleitoral, uma série de ataques e desinformações sobre o papel dessa empresa pública tão importante, que, inclusive, vem sendo alvo do atual Governo, numa discussão sobre privatização. Eu acho que é também importante a gente destacar o papel fundamental que faz essa empresa e que, por muitas vezes, não só lideranças políticas, como meios de comunicação, distorcem fatos sobre o papel da comunicação pública no País.



Primeiro, para a Federação a estratégia de desinformações sempre existiu, utilizando inclusive e principalmente comunicações de massa no passado. Então, o fenômeno em si não é um fenômeno novo, mas, com a ampliação e o acesso à internet, ganhou uma escala que favoreceu fundamentalmente esse fenômeno, que a gente prefere tratar como desinformação do que como fake news.

Cito o caso, por exemplo, das eleições presidenciais do passado e do presente, em que, muitas vezes, a desinformações esteve presente ao longo das próprias campanhas eleitorais e processos recentes, por exemplo, como a reforma da previdência, em que houve concretamente uma desinformação por parte dos veículos de comunicação, com uma cobertura em grande parte tendenciosa, ouvindo apenas um lado do fato da reforma. Esse fenômeno gera uma desinformação, inclusive, na própria população.

Então, o fenômeno da desinformação está presente no ambiente político e no ambiente da comunicação social há muito tempo, mas é claro que, com o fenômeno das tecnologias da informação, isso ganhou uma escala até então nunca vista, uma amplitude que favoreceu direcionamento em massa de informações falaciosas, associado a estratégias comerciais das empresas e coletas de dados em massa, principalmente para influenciar a audiência e, em consequência, a própria opinião pública brasileira.

A desinformação também hoje é aliada a uma estratégia de propaganda de grupos políticos - a gente tem que ressaltar isso como fundamental -, principalmente grupos extremistas, principalmente aqui no Brasil.

Dados do Ibope Inteligência, de novembro do ano passado, após a eleição, mostraram que 90% da população receberam notícias falsas em 2019. O Presidente... Como diz o colega da ABI, o Presidente da República hoje é um dos maiores promotores de desinformação no País.

Levantamentos que a Fenaj soltou ontem...

A gente começou a fazer um levantamento, um estudo a partir deste ano, de janeiro, sobre os ataques do Presidente da República contra a



imprensa. Soltamos ontem a consolidação até o mês de novembro. Ocorreram 111 ataques, de janeiro a novembro, sendo que a maior parte desses ataques é em ocorrências que levam à descredibilização ou desconstrução do próprio jornalismo.

Então, isso é mais um fator de que a Presidência da República ou o principal mandatário, Jair Bolsonaro, utiliza, para construir a sua própria narrativa do que é verdade e do que não é verdade.

Além desses cem ataques, houve 11 ataques diretos a profissionais da imprensa, jornalistas principalmente, durante todo esse período em que ele dirige o nosso País. Isso ajuda a construir uma discussão importante sobre o processo inteiro de desinformação e de ataque ao jornalismo profissional, à livre informação e livre circulação de informações no País.

Nesse contexto, é importante ressaltar que o jornalismo profissional também é um dos grandes alvos da desinformação em série, tanto pela tentativa de desqualificar - como o Presidente faz várias vezes - a produção de notícia profissional, como também, por muitas vezes, por estratégias dos próprios veículos. A editorização dos grandes veículos da circulação da informação também leva a uma falta de credibilidade e desinformação da população.

Então, temos que ressaltar principalmente que, historicamente, a mídia brasileira silencia vozes não hegemônicas, vozes de movimentos sociais, vozes que discordam do status quo. Então, essa falta de pluralidade, de diversidade da mídia brasileira é estruturante para quando a gente vai discutir a própria desinformação.

Tanto os meios tradicionais, de rádio e televisão principalmente, quanto a nova estrutura de mídia que ascendeu com a internet, os grandes aplicativos e plataformas digitais, também trazem essa perspectiva de hiperconcentração do setor, e uma hiperconcentração ainda internacionalizada, principalmente as plataformas como Google, Facebook, WhatsApp, Twitter, e que não têm qualquer tipo de regulamentação e entrave no País.



É importante a gente lembrar que a gente tem um artigo constitucional, art. 220, e lá está previsto que na comunicação social é vedada a oligopolização ou monopolização dos meios, que nunca foi regulamentado por essas Casas, tanto o Senado quanto a Câmara, o Congresso Nacional, e isso é um elemento central que leva à desinformação do povo brasileiro. A falta de diversidade das mídias, a falta de diversidade informativa... Temos pesquisas que mostram ainda um vazio informativo em todo o País, a falta de uma mídia regionalizada no interior que leve a própria população a ter acesso às informações locais e ficar ainda mais refém a uma especularização da mídia ou de informações, que leva ao processo de desinformação.

Então, a desinformação como arma política, que é o cenário que a gente vê, que é o fruto desta CPMI - é bom a gente ressaltar - encontra na internet um campo para a sua reprodução e capitalização. As grandes empresas lucram com o processo de desinformação do povo. Facebook e Google, por exemplo, concentram hoje mais de 60% da publicidade mundial, e essa divulgação de qualquer tipo de informação leva à monitorização dessas empresas. Então, a situação também é estruturante.

E, aí, as soluções dadas até então - que os colegas vão ressaltar - sobre as iniciativas de checagem, que são importantes, não podem ser absolutizadas, porque a gente, inclusive, no ano passado, teve problemas de checagem, de derrubada de material, por checagens que não se comprovaram depois. Então, a gente ressalta a importância das iniciativas, inclusive iniciativas das próprias empresas, mas, em grande parte, essas iniciativas são das próprias empresas que têm, dentro das suas narrativas, as estratégias comerciais dos grupos privados de mídia do Brasil.

Então, é importante a gente discutir o impacto da avaliação das notícias para a sua não circulação por esses monopólios digitais, porque parte hoje das agências tem algum aporte dessas grandes empresas que levam a algumas consequências, como a derrubada de conteúdos, rotulação de conteúdos, o que também pode inibir a livre circulação de informação no País.



A gente gostaria de ressaltar também que a própria estrutura de mídia brasileira hoje afeta o próprio jornalismo produzido no País, que está sendo colocado tão em xeque pela população. Então, há, sim, uma superexploração dos jornalistas, há uma tentativa de ampliar essa desregulamentação, inclusive, da profissão... A gente acha que isso afeta diretamente a credibilidade e o processo informativo da população brasileira.

Estou aqui com um adesivo que a gente lançou, na semana retrasada, numa campanha, junto com os demais trabalhadores, contra a Medida Provisória 905, que, além de liquidar a uma parcela significativa de jovens qualquer tipo de acesso à proteção trabalhista, apresentou uma desregulamentação de mais de uma dezena de profissões, inclusive de jornalistas e radialistas. E para nós, jornalistas, isso pode afetar diretamente a própria produção de notícias.

A gente vem já num processo de derrubada, e a Federação se colocou fortemente contrária à exigência do diploma profissional há mais de dez anos - a exigência de diploma para o exercício da profissão. A gente acha que ações como essa, da Medida Provisória 905, buscam atacar também a credibilidade e a informação para o brasileiro. Você ter uma profissão totalmente desregulamentada, como é a profissão de jornalista, leva fatalmente a uma diminuição da qualidade da informação e da circulação da informação brasileira. E há uma superexploração do profissional da imprensa.

Então, a gente acha também que todo esse cenário de superexploração também favorece uma falta de diversidade, pelo próprio ritmo do trabalho. Com menos profissionais nas empresas, com menos jornalistas, você tem um tempo menor para aprofundar as notícias, um tempo menor para a apuração e repercussão dos fatos, que levam à visão que pode ser considerada oficialista dos fatos e, assim, repercutir um cenário de desinformação, como também repercutir ainda mais valores conservadores, que estão em ascensão e que favorecem os ataques aos direitos humanos no País.



Então, para a federação, uma saída cujo debate a gente quer trazer para a própria Comissão, para o Parlamento, passa por fortalecer a democracia e, principalmente, a democracia nos meios de comunicação no País. Temos diversas iniciativas que buscam discutir a necessidade de uma pluralidade, a diversidade dos meios, inclusive porque os próprios veículos agem de forma a desinformar a população sobre esse debate, a censurar qualquer debate sobre o papel dos meios de comunicação no Brasil, a necessidade de diversidade e pluralidade desses meios, atacando com censura, atacando com controle, sendo que é um debate que é necessário e é feito em qualquer país democrático do mundo.

Então, a gente acha que passa também por isso, por uma discussão não só dos meios tradicionais, mas também com os meios em ascensão, principalmente as plataformas digitais. Então, é preciso garantir a regulamentação constitucional da vedação dos monopólios, oligopólios...

Outro ponto é principalmente valorizar a ética jornalística, valorizar o código de ética dos jornalistas, para garantir um jornalismo com mais credibilidade e que cumpra um papel social importante na sociedade brasileira.

Além disso, a gente ressalta a importância do debate sobre a regulamentação profissional, sobre a questão do diploma do jornalismo como forma de fortalecer o jornalismo brasileiro.

Além disso, é preciso reforçar as propostas da sociedade civil que estão em curso, como a discussão sobre a criminalização da desinformação, que foi aprovada por este Congresso, depois foi vetada e foi derrubado o veto. É um instrumento que não favorece, de fato, uma discussão sobre a liberdade e sobre os seus limites num País que tem uma população carcerária gigante. Então, a gente acha que esse debate tem que ser feito no Congresso Nacional, uma situação em que acho que a CPMI pode contribuir.

Além disso, é preciso discutir, fundamentalmente, a questão da privacidade dos usuários, para que, como o vídeo mostrou, os próprios dados



não sejam utilizados para fins de reproduzir o poder político e também reproduzir a apropriação do capital.

Então, é necessária transparência das filtragens das informações com os algoritmos. Os meios têm essa responsabilidade. Outros países do mundo estão avançando em relação a isso, como também em preservar os mecanismos de criptografia dos aplicativos, para que a gente impeça que um Estado policialesco se implante neste País.

Além disso, claro, é preciso reforçar o que está sendo discutido, inclusive pelo Supremo: a questão do Marco Civil da Internet, sobre a retirada de conteúdo somente via decisão judicial, que está sendo colocada em xeque e que é um importante debate que esta CPMI faz, para garantir o direito à liberdade de informação, para garantir o direito à liberdade de expressão da população brasileira.

Não podemos aceitar que as grandes plataformas retirem conteúdos a partir apenas da sua avaliação ou dos seus termos de conduta ou de instrumentos de conferência que elas criam ou aos quais se associam, para que se impeça, principalmente, a diversidade de voz no País.”

Depoimento da Sra. Tainã Nalon Xavier, realizado no dia 03 de dezembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9471>

“Eu sou a Diretora-Executiva e cofundadora do Aos Fatos. O Aos Fatos é um site de checagem de fatos, fundado em julho de 2015. Então, temos



quatro anos e meio trabalhando no combate à desinformação e pelo aprimoramento, pela qualificação do debate público, do discurso público, a partir de duas vertentes, que são a verificação de declarações de políticos, em geral, em nível nacional, mas em nível local também, quando existe algum tipo de expressão e relevância, mas também o que se popularizou como fake news, mas que nós costumamos chamar de desinformação e gostamos de chamar assim.

Então, a empresa é uma plataforma de checagem de informações públicas, que investiga e produz reportagens sobre o fenômeno da desinformação no Brasil. Então, a partir do nosso site - é possível qualquer um acessar. É aofatos.org -, será possível ver tanto o que nós chamamos de debunking, que são aquelas matérias que servem para desmentir boatos que circulam nas redes sociais, que viralizam nas redes sociais, mas também reportagens que tentam aprofundar e compreender o fenômeno da desinformação no Brasil, a partir de padrões de campanhas de desinformação, como que as plataformas atuam, quais são as políticas de remoção ou diminuição de tração de conteúdo dentro das plataformas... Absolutamente tudo está dentro do escopo do nosso trabalho.

Nós somos uma equipe de jornalistas multidisciplinares, ou seja, são pessoas que tiveram trajetórias dentro dos mais diversos veículos de comunicação e de origens geográficas diversas.

Nós temos designers, temos desenvolvedores que trabalham com soluções inovadoras para o combate à desinformação.

Quando eu falo combate à desinformação e quando eu falo em sermos uma empresa jornalística que faz soluções inovadoras nessa seara, significa que não fazemos apenas reportagens; nós pensamos em como novos formatos e novas tecnologias podem combater um problema que, na minha concepção pessoal - mas que aparentemente é algo que acadêmicos e cientistas também pensam -, não vai embora, não vai desaparecer e não existe vacina nem receita pronta.



O Aos Fatos segue padrões de checagem estabelecidos pela IFCN, que é a International Fact-Checking Network, uma organização que é uma espécie de coalizão de checadores em nível mundial, baseada nos Estados Unidos, que estabelece padrões de qualidade, de valores, de ética, de conduta e transparência. Essa organização credencia - embora não seja essa sua finalidade - checadores para, por exemplo, fazer parcerias, como a parceria que nós temos com o Facebook de checagem de desinformação dentro da plataforma.

Hoje, o Aos Fatos já produziu mais de 6 mil checagens desde seu lançamento, em julho de 2015, estabeleceu parcerias editoriais, trabalha com consultorias e desenvolve projetos especiais.

Entre 2018 e 2019, foram lançados quatro projetos que integram jornalismo e tecnologia, dentre eles a @fatimabot, que é um bot para Twitter. A partir de checagens do Aos Fatos, ela mapeia desinformação no Twitter e responde com a informação verificada.

Nós desenvolvemos um chatbot chamado Fátima também no Messenger.

Nós desenvolvemos um projeto Tweets de Bolso e o contador de checagens de declarações do Presidente Bolsonaro.

Eu vou falar brevemente sobre cada um desses projetos, para não tomar muito tempo e a gente poder participar, chamar os outros colegas para falar.

A Fátima no Twitter é um bot que mapeia URLs, ou seja, links, que levam à desinformação. Hoje, a Fátima já mapeou 4,5 mil perfis que, de alguma forma, compartilharam links com desinformação. Isso significa que ela avisa para aquela pessoa que compartilhou um link com desinformação que ela está compartilhando desinformação e manda um link de uma checagem do Aos Fatos com a informação verificada. Ou seja, foram 4,5 mil perfis acionados pelo bot, num alcance de cerca de 2,5 milhões de usuários e 23 mil links mapeados.



Ela também não avisa todas as pessoas que compartilham link com desinformação: ela ranqueia por relevância, influência, urgência... Dessa forma, ela é uma solução para um problema que as redes sociais trouxeram, que é a circulação de informação em bolhas. Ela pretende furar bolhas de desinformação, ao avisar pessoas que, de outra maneira, não teriam acesso à informação verificada e checada. Então, essa é a premissa da Fátima no Twitter.

Nós também temos a Fátima no Messenger, que é um chatbot que, a partir da nossa metodologia de checagem, dá dicas para pessoas, para usuários do Messenger no Facebook, sobre como checar uma determinada peça de desinformação.

Isso significa como checar uma imagem, como checar um vídeo, como checar um meme, como checar a declaração de um político, enfim, uma série de peças de desinformações que nós vemos, nós recebemos diariamente, através do WhatsApp ou do Facebook ou do Twitter. Ela está lá para auxiliar nesse processo. Ela não dá vereditos, é bom deixar isso bastante claro. Por mais que seja um robô, por mais que seja tecnologia, por mais que seja um projeto de inteligência artificial, ela nunca e não é possível dar vereditos sobre a veracidade ou a falsidade de um determinado dado. Ela está ali para auxiliar a pessoa e estabelecer guias de como checar determinada informação.

Neste ano, nós lançamos um projeto que nós internamente chamamos de agregador, mas é um contador de declarações falsas ou distorcidas feitas pelo Presidente Bolsonaro. Nós sabemos que o Presidente fala, com bastante frequência, informações que muitas vezes estão fora de contexto ou são exageradas ou que são patentemente falsas. Por conta disso, nós resolvemos importar uma metodologia que o The Washington Post, nos Estados Unidos, faz, que é contar quantas declarações falsas ou enganosas o Presidente Donald Trump faz diariamente. Nós fazemos esse acompanhamento aqui através dessa plataforma.



O Aos Fatos também tem um projeto que é fazer um arquivo de todos os tuítes publicados pelo Presidente Bolsonaro, de modo que eles não sejam perdidos caso sejam apagados ou de modo que o usuário consiga encontrar com maior clareza e maior eficiência, por algum tópico, o assunto que esteja buscando, porque a plataforma do Twitter, a busca do Twitter, na verdade, é muito complexa para alguns tipos de usuário. Então, acaba virando uma espécie de arquivo do que o Presidente tuíta, desde quando lançou, na verdade, o seu perfil no Twitter e desde quando ele não era Presidente efetivamente.

Nós também temos um braço de investigações. Então, nossos repórteres publicam regularmente levantamentos e investigações sobre qual é o papel de sites, páginas no Facebook, perfis de WhatsApp e toda a sorte de perfis em redes sociais que publicam desinformação. Veja bem, eu não estou dizendo sites de notícias falsas e eu não estou dizendo que os sites publicam apenas notícias falsas. Os sites muitas vezes usam dados factuais corretos, mas distorcem a informação de modo que a narrativa seja mais inclinada a uma determinada agenda. Esse foi o caso do Jornal da Cidade Online, que nós publicamos em meados deste ano, em 4 de julho, se eu não me engano - se a minha miopia permite olhar ali -, em que nós descobrimos que os autores de reportagens dentro desses sites, na verdade, não existiam. As suas fotos eram fotos de famosos ou de bancos de imagens que eram adulteradas para parecerem pessoas reais, mas, na verdade, não eram.

Nós também passamos, nós falamos, eu falei muito de política, mas nós investigamos o que existe de mais pernicioso hoje, eu acredito, na área da desinformação, que são as desinformações na área de ciências e saúde. Recentemente nós publicamos uma matéria que mostrava como a desinformação provocou a rejeição de jovens à vacina contra o HPV no Acre.

Um grupo de responsáveis, mães, tias, criou grupos e páginas no Facebook contra a vacina do HPV, alegando que a vacinação teria causado



sintomas posteriores e que desencadearam, por exemplo, convulsões, dores de cabeça e outros tipos de incapacidade.

Nós publicamos nesta semana, na verdade ontem, que um relatório da USP mostrou que os sintomas relatados por essas jovens e pelas mães dessas jovens, na verdade, podem ter sido resultado da própria comoção causada pela desinformação, o que basicamente significa que desinformação pode fazer mal e pode gerar um efeito que é a histeria coletiva, por exemplo.

Eu queria mostrar, nesses próximos dois slides, como é que a polarização - isto é, o momento político que nós vivemos, em que absolutamente quem está ao lado de um não necessariamente é inimigo do outro - é um sintoma do tempo que nós vivemos. Então, na verdade, o que leva a propagação da desinformação politicamente motivada é muito diferente do que leva ao compartilhamento, por exemplo, de desinformação de saúde.

Nesses três casos que eu estou mostrando para os senhores: um, que é falso que o inverno de 2019 será o mais frio dos últimos 100 anos no Brasil; outro, que é falso que perfurar dedos e orelhas auxilia no socorro às vítimas de AVC; e outro, que não é verdade que pimentões podem abrigar vermes mortais. Todas essas peças de desinformação tiveram uma alta taxa de engajamento segundo dados do Facebook.

A primeira teve mais de um milhão de compartilhamentos. E, quando a gente fala em compartilhamentos, são pessoas que se deram ao trabalho de efetivamente compartilhar o conteúdo. Você imagina a quantidade de pessoas que visualizaram esse compartilhamento nas suas respectivas timelines. Porém, quando a gente olha desinformação com algum componente político, isto é, citando figuras políticas como o ex-Presidente Lula e o Presidente Bolsonaro, o nível de compartilhamento é menor. Por quê? Porque essas informações possivelmente estão circulando apenas em bolhas extremamente partidárias e que estão reforçando apenas ideias preconcebidas pelos partidários das respectivas personalidades.



Eu queria trazer também um gráfico que foi produzido pela FGV no ano passado com relação ao caso Marielle, que talvez seja um dos casos mais gritantes em termos de desinformação viral que tivemos recentemente. Os senhores todos devem estar muito bem informados, mas pouco mais de 12 horas depois dos boatos contra Marielle viralizarem nas redes, atribuindo e associando-a ao crime organizado e ao tráfico de drogas no Rio de Janeiro, ele foi amplificado pelo Deputado Alberto Fraga. Essa amplificação fez com que essa desinformação viralizasse de um modo sem precedente.

Porém, uma checagem do Aos Fatos publicada um pouco mais de 12 horas depois desse tuíte fez com que a desinformação freasse a propagação do tuíte que a envolvia com o crime organizado. Ou seja, a checagem importa, o jornalismo profissional importa, e é necessário valorizar isso pelo seguinte motivo: hoje os brasileiros se informam prioritariamente através de redes sociais, não é mais só a televisão, não é mais só o rádio. Das pessoas que nós consultamos no ano passado, logo depois do período eleitoral, 33% disseram ter se informado durante a campanha por redes sociais; 24%, por aplicativos de mensagens, ou seja, muito possivelmente o WhatsApp.

Os brasileiros pouco clicam em links para o jornalismo profissional, eles mais compartilham imagens e memes, eles compartilham mais vídeos e áudios e toda sorte de mídias que fazem com que eles permaneçam nos aplicativos, ou seja, permaneçam no Facebook, permaneçam no WhatsApp, permaneçam no Twitter.

Isso fez com que o Aos Fatos apostasse em formatos diferentes para chegar nos seus leitores, ou seja, hoje nós temos listas de transmissão no WhatsApp com mais de três mil usuários para que consigamos chegar a maior quantidade de pessoas possíveis. É lógico que o nosso trabalho é muito pequeno perto da quantidade de desinformação que é compartilhada hoje.

Durante as eleições de 2018, segundo a nossa contabilidade, nós checamos ao menos 113 boatos, que, somados, tiveram mais quase 4 milhões de compartilhamentos. A partir de sugestões de mais de seis mil usuários do



WhatsApp o Aos Fatos agregou mais de 700 imagens, vídeos e links de notícias falsas compartilhadas no aplicativo.

É impossível ter checadores que consigam checar essa quantidade de informação que recebemos diariamente e, sobretudo, durante a campanha eleitoral. E os boatos, nessa época, distorciam, sobretudo, declarações de candidatos, quaisquer candidatos, atribuíam a candidatos declarações que nunca foram dadas, atacavam o sistema das urnas eletrônicas, a sua efetividade e a sua segurança, atacavam o propósito de manifestações a favor e contra Bolsonaro, mostrando imagens que na verdade não faziam parte dos atos em si, e também fraudavam os resultados de pesquisas de intenção de voto, atribuindo aos institutos números que eles não haviam reportado.

Hoje o Aos Fatos está presente no Facebook, no Twitter, no Instagram. Nós temos 5,4 milhões de visitas neste ano. O Aos Fatos é financiado, basicamente isso... Eu vou passar batido por isso, mas eu preciso falar porque existe muita desinformação com relação a como o Aos Fatos é financiado. Ele é financiado pela sua audiência, ele é financiado por projetos de consultoria, ou seja, projetos de tecnologia como os robôs de que eu estava falando mais cedo, mas também outras soluções tecnológicas e relatórios sobre demanda sobre investigação para Facebook, Twitter, WhatsApp, Transparência Internacional e openology Brasil, e temos parcerias editoriais pontuais como o UOL e Nova Escola, além de termos já publicados em sites como o BuzzFeed Brasil, o Intercept e o The Brazilian Report.

Para o futuro, nós lançamos nosso programa de membros e temos projetos de inteligência artificial para aperfeiçoar a tecnologia que hoje nós estamos desenvolvendo, dentre eles identificar a desinformação e avisar desinformação por dentro do WhatsApp.”

Depoimento da Sra. Natália Levien Leal, realizado no dia 03 de dezembro de 2019



Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9471>

“Como o Presidente destacou, eu sou Natália Leal, sou Diretora de Conteúdo da Agência Lupa desde maio deste ano, sou jornalista, sou gaúcha, resido no Rio de Janeiro há mais ou menos dois anos, desde que me juntei à equipe da Lupa, porque é no Rio de Janeiro que a Lupa mantém seu escritório e sua redação. Eu trabalho diretamente com desinformação e com checagem de fatos desde dezembro de 2017, quando fui convidada a trabalhar, então, na Agência Lupa.

A Lupa é a primeira agência de notícias especializada em checagem de fatos do Brasil. Ela acompanha o processo de crescimento da desinformação dentro da sociedade brasileira desde 2015, quando foi fundada pela jornalista Cristina Tardáguila, que foi pioneira no Brasil nessa investigação de desinformação nesse contexto que a gente vem experimentando hoje, com um blogue chamado Preto no Branco, que ela lançou dentro do jornal O Globo em 2014, na cobertura eleitoral de 2014.

Depois da eleição de 2014, a Cristina, então, deixou o jornal O Globo e começou a trabalhar no que viria a ser, no ano seguinte, em 2015 portanto, o embrião da Agência Lupa, que se transformou no que a gente vê hoje.

O nosso modelo de negócios é bastante simples. Ele se baseia em três linhas de receita, e é importante falar aqui para os senhores sobre isso porque, assim como acontece com o Aos Fatos, a Lupa também é alvo de muitos questionamentos e de alguma desinformação com relação a isso.

A primeira das nossas linhas de receita é a venda de checagens para outros meios de comunicação. Por isso, as nossas publicações aparecem ou já apareceram na Folha de S.Paulo, no UOL, na revista Piauí, no portal Yahoo, na



revista Época, no Metrôpoles, que é daqui de Brasília, na Rádio CBN, e em muitos outros veículos regionais. Desde que a Lupa foi fundada, a Lupa fornece conteúdo para outros meios de comunicação, e, por isso, alguns dos senhores talvez já tenham visto os nossos conteúdos nesse tipo de publicação.

A nossa segunda linha de financiamento é o LupaEducação, desde 2017. Nós ensinamos outras pessoas a fazerem o fact-checking. Nós já estivemos em escolas, em universidades, em empresas e, neste exato momento, neste ano e no próximo, estamos treinando servidores da Justiça Eleitoral em todo o Brasil, já visando à eleição do próximo ano.

A terceira linha de receita da Lupa são os projetos com plataformas como o Facebook, o WhatsApp e o Google e também com embaixadas, consulados e outras empresas. Esses projetos variam de treinamento em media readers, ou seja, na leitura da mídia, até a construção de uma rede mais ampla de checadores também em vários Estados, já que a Lupa é uma empresa com atuação nacional e com atuação local muito pontualmente.

A Lupa, portanto, é uma sociedade anônima, que não recebe valores de fundos internacionais e nem tem em sua direção membros de qualquer outra empresa. É muito comum dizerem que a Lupa é da Piauí, da Folha, do UOL, que recebe dinheiro de fundos internacionais ou de financiadores como George Soros, por exemplo. Eu espero que fique claro que nada disso é verdadeiro.

Também aproveito para ressaltar que a Lupa, assim como o Aos Fatos, é membro verificado e auditado da International Fact-Checking Network, a IFCN, desde o seu surgimento. Todas as auditorias pelas quais a Lupa passa estão disponíveis tanto no site da agência, quanto no site da IFCN para leitura, podem ser lidas pelos senhores acessando esses dois sites.

Dito isso, gostaria de falar um pouco sobre o trabalho que a Agência Lupa faz diariamente. O fact-checking ou a checagem de fatos não é uma atividade jornalística que surgiu com as plataformas de checagem brasileiras. Ela, na verdade, é uma técnica aplicada à reportagem há muitos anos e que se



transformou em um gênero jornalístico no início dos anos 90 nos Estados Unidos.

Desde lá, surgiram muitas plataformas desse tipo, não só nos Estados Unidos, mas em outras partes do mundo, com destaque para iniciativas em países asiáticos e, claro, também nos Estados Unidos. Aqui na América Latina, a principal referência em fact-checking é certamente a plataforma Chequeado, da Argentina, em que a Lupa inspira bastante o seu trabalho e que faz um trabalho muito parecido com o que a gente faz por aqui também.

O fact-checking se constitui, então, na verificação do discurso de agentes públicos e atores políticos. Isso significa conferir, com base em dados públicos, se o que dizem essas pessoas é verdadeiro ou falso ou quaisquer etiquetas que sejam definidas pela plataforma que está fazendo a checagem.

Cada plataforma tem a sua própria metodologia. A da Lupa se baseia, primeiramente, em selecionar a frase a ser conferida, observando quem fala, o que está falando e qual impacto que essa fala tem na sociedade ou no debate público.

Para que algo seja verificável ou seja checável, é necessário que se trate de dados históricos, dados ou fatos, de estatísticas, de comparações, ou de afirmações, ou de questões legais, ligadas à legislação, à Constituição.

Não faz parte da metodologia da Lupa checar opiniões, conceitos muito amplos ou tendências e futuro, porque, obviamente, coisas que ainda não aconteceram não podem ser checadas.

A Lupa utiliza dados públicos, como qualquer plataforma de checagem, porque são esses mesmos dados que baseiam as políticas públicas ou que esperamos que baseiem as políticas públicas dentro do nosso País.

A Lupa também usa estudos, pesquisas e organizações renomadas, dados obtidos pela Lei de Acesso à Informação e consultas feitas a especialistas para construir as suas checagens.



Todas as informações usadas para construir uma verificação são disponibilizadas no texto publicado. Então, quando nós atribuímos uma determinada etiqueta a uma informação, toda a construção dessa atribuição está disponível no nosso site. Esse princípio de transparência permite que o leitor refaça o caminho feito pela agência, e a gente entende que, dessa forma, a própria sociedade pode conferir o trabalho que a gente está fazendo. Quem checa, o checador é o leitor, são os senhores, as senhoras e todos que nos ouvem.

A Lupa nasceu fazendo fact-checking e jamais deixará de fazê-lo, pois temos a convicção de que, quanto mais informação as pessoas têm, maior é o seu poder de decisão e mais qualificado e também mais transparente se torna o debate público.

Desde maio de 2018, a Lupa usa as técnicas do fact-checking para também contribuir com o esclarecimento de boatos e informações inverídicas que circulam em redes sociais, principalmente no Facebook. Há um ano e meio, o Facebook trouxe para o Brasil o projeto de verificação de notícias conhecido, em inglês, como Third Party Fact-Checking Project ou 3PFC.

O funcionamento desse projeto no Brasil repete o que já acontece em mais de 50 países ao redor do mundo. Os usuários do Facebook reportam à plataforma algo que consideram falso, que contenha algum tipo de desinformação, e o Facebook, então, envia para os checadores essas peças para que nós façamos a análise seguindo a nossa metodologia e possamos devolver ao Facebook um link com essa análise e uma classificação de que essa informação é verdadeira ou falsa, ou é parcialmente falsa, ou se trata de uma sátira, de uma paródia, ou de outras classificações possíveis.

O que acontece a partir daí? A partir do momento em que nós entregamos essa classificação do Facebook, são decisões do Facebook sobre as quais os checadores não têm qualquer poder de intervenção. Se o conteúdo for falso, são enviados alertas à pessoa e à página que publicou essa informação, que pode ser uma foto, pode ser um texto, pode ser um vídeo, e



notificações aos usuários que anteriormente tenham também compartilhado aquela postagem.

Segundo o Facebook, esse post também passa a ser entregue a menos pessoas. Os próprios fact-checkers, nós e todos os que fazem parte desse programa ao redor do mundo gostaríamos de ter mais dados e dados mais detalhados sobre esse impacto e também sobre a parte tecnológica desse programa, mas ainda não temos. E eu peço, inclusive, que dúvidas relacionadas a esse tipo de prática do Facebook sejam endereçadas ao próprio Facebook e não a nós checadores.

Para elucidar o que é feito nesse programa, eu trouxe alguns dados que são públicos, que nós compilamos a partir da produção da Lupa dentro do 3PFC e que eu gostaria de compartilhar com os senhores e as senhoras. Em um ano e meio desse programa, ou seja, desde maio do ano passado, a Lupa publicou 655 checagens sobre boatos que circulam na internet. Essas checagens aparecem, no nosso site, sinalizadas com a palavra "verificamos" nos títulos. Talvez alguns dos senhores e senhoras já tenham lido algum conteúdo dessa natureza. Esses conteúdos são selecionados a partir de ferramentas de monitoramento de redes sociais e uma delas é disponibilizada pelo próprio Facebook.

A Lupa confere, em média, 40 desses boatos por mês, ou seja, mais de um por dia. Cerca de 70% deles envolvem questões políticas, versam sobre política; 20% dizem respeito ao que nós chamamos de cidades, ou seja, questões relacionadas à segurança, à educação e a outros assuntos semelhantes a esses; em terceiro lugar, aparecem os conteúdos relacionados à saúde, o que também nos preocupa muito.

Para detectar a falsidade das informações, a Lupa utiliza as mesmas técnicas usadas no fact-checking, recorre a bases de dados públicos, por exemplo, e conta também com ferramentas de detecção de manipulação de fotos, de vídeos e de outros tipos de imagens, inclusive áudios. Como eu já disse, assim que a Lupa identifica o grau de veracidade do conteúdo, ela



informa ao Facebook e todas as consequências a partir de então são determinadas pela própria plataforma e não pelos checadores.

Nesse um ano e meio, a checagem de notícias falsas cresceu muito no Brasil e obviamente também dentro da Lupa. Em 2015, os boatos, como esses que eu descrevi, esses que fazem parte desse programa em que atuamos junto com o Facebook respondiam por entre 20% e 30% da nossa produção; atualmente, giram em torno de 70% do conteúdo mensal produzido pela agência. O resto é o que a gente chama de checagem clássica, das frases ditas, então, por pessoas conhecidas e que tenham impacto no debate público.

O interesse da audiência mostra que esse trabalho que nós fazemos atualmente de desmentir esse tipo de informação que circula em redes sociais é muito importante. O número de visualizações desse tipo de conteúdo no site da Lupa mostra uma curva ascendente desde o início, com um pico obviamente na eleição do ano passado, em outubro de 2018. Naquele mês, a Lupa fez 46 verificações - apenas em outubro - e somadas elas tiveram mais de 2,2 milhões page views ou visualizações.

A gente também fez uma análise do conteúdo dessas verificações que são feitas. Então, das cinco expressões mais frequentes nos títulos dos desmentidos que nós publicamos, dois são nomes de políticos do PT, o ex-Presidente Lula e também o ex-candidato à Presidência pelo partido e ex-ministro da Educação Fernando Haddad; dois são membros do atual Governo, o próprio Presidente Jair Bolsonaro, que lidera o ranking, e também o Ministro da Justiça e Segurança Pública, o ex-Juiz Sergio Moro. Para encerrar a lista, entre as cinco expressões mais frequentes nas notícias falsas que nós verificamos aparece também o Supremo Tribunal Federal (STF), alvo constante de dados equivocados.

Isso, senhores e senhoras, mostra quem, ao longo desse um ano e meio de trabalho com o Facebook, tem sido mais alvo de notícias falsas e também evidencia o equilíbrio entre os nomes de Governo e oposição nesse sentido. São levantamentos como esse que a Lupa apresenta à IFCN para mostrar o



seu compromisso com o código de ética da entidade e também com a busca pelo apartidarismo.

Com relação ao que nós convenciamos chamar de fake news e que aqui todos já destacaram - que a gente, na verdade, prefere falar de desinformação -, antes de mais nada, eu gostaria de parabenizar a Comissão por manter essa questão em pauta.

Nós que trabalhamos com a checagem de fatos acreditamos que o termo mais adequado é desinformação, mas entendemos que esse termo fake news se popularizou. A gente entende que se trata de uma contradição porque algo que é falso não pode ser noticioso de acordo com todas as teorias do jornalismo de que a gente tem conhecimento até agora. Por isso, a gente adota esse conceito de desinformação.

É muito claro para quem tem trabalhado com esse tema que ele ganha mais força a partir da polarização política no País, mas também precisamos lembrar que temos, em outros âmbitos, como na área da saúde, um grande impacto desse tipo de coisa, com tratamentos sendo abandonados e também com a constante diminuição da cobertura vacinal no Brasil e em outros países do mundo. Nós também sabemos de casos muito extremos em que houve mortes ocasionadas por boatos sendo espalhados. A gente tem um caso conhecido no interior de São Paulo, ocorrido em 2014; há casos de linchamento na Índia também. Portanto, eu gostaria de enfatizar que a desinformação não é uma questão ligada apenas à política e que ela precisa ser observada sob os mais diferentes aspectos e também a partir do impacto que isso causa na sociedade.

Também aproveito esta oportunidade para dizer que há checadores não só no Brasil, mas também em outras partes do mundo que sofrem constantes ameaças e que também são alvo de ódio digital, simplesmente por fazerem o seu trabalho. E eu conto com a colaboração dos senhores e senhoras desde já na luta pela manutenção de um diálogo não violento no mundo virtual e também fora dele.



Por fim, eu e a equipe de diretores da Lupa, a equipe de jornalistas que trabalham na Lupa acreditamos fortemente que a solução para lidarmos com esse fenômeno passa muito mais pela educação do que pela criminalização do que nós convencionamos chamar de fake news. A Lupa tem um farto material educativo e, como eu já disse antes, oferece treinamentos sobre checagem de fatos e sobre desinformação. Nós entendemos que precisamos de mais checadores em várias partes do País e que qualquer um pode fazer checagem; não é necessário ser jornalista para verificar um conteúdo recebido em canais de comunicação.

Gostaria de encerrar minha fala dizendo que a Lupa está disposta a trabalhar nesse sentido. Desde 2017 nós buscamos acesso a escolas e universidades para oferecer o fact-checking como uma matéria curricular, porque nós temos convicção de que algo assim poderia render muito mais frutos da sociedade se estivesse presente nos planos de ensino neste País desde os primeiros momentos do aprendizado, desde os primeiros anos escolares. Eu acredito que esta vinda à CPI também seja um espaço adequado para manifestar esse desejo de cooperação com as mais diferentes esferas públicas nesse sentido.”

Depoimento do Sr. Thiago Reis, realizado no dia 03 de dezembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9471>

“Vou explicar - vou ser um pouco mais breve que meus colegas aqui - como funciona o Fato ou Fake, cujo método de trabalho é muito similar ao das agências de checagem. O Fato ou Fake foi colocado no ar no dia 30 de julho



do ano passado - completará agora um ano e meio. Não é um serviço apenas do G1; é um serviço composto por oito veículos do grupo Globo. Inclusive, foi algo pioneiro feito no grupo. Enfim, acho que era a primeira vez em que todos os veículos se uniam para um projeto como esse, de um tamanho desses. Então, é envolvido pelo G1, como o senhor já disse, represento o G1, jornal O Globo, jornal Extra, jornal Valor Econômico, pela TV Globo, GloboNews, rádio CBN e revista Época.

Meses antes de a gente colocar esse projeto no ar, foram feitas várias reuniões e encontros para a gente decidir como seria o método de trabalho, como seria a comunicação entre os participantes para definir os selos que a gente utilizaria na checagem. A gente utiliza hoje basicamente três selos, que são: "Fato", quando aquela informação é comprovadamente verdadeira, seja por datas, seja por dados, seja por depoimentos e outras evidências; "Não é bem assim", quando uma informação é parcialmente verdadeira, ou seja, imprecisa, depende de uma contextualização; e "Fake", quando é flagrantemente falsa, também facilmente verificável por datas, dados e outras evidências.

No momento em que a gente colocou o Fato ou Fake no ar, a gente já tinha, tanto o G1 quanto o jornal O Globo, dois serviços de checagem, que estavam completando um ano: o G1 tinha o É ou não é?; e o jornal O Globo tinha o É isso mesmo?. O É ou não é? era basicamente focado na questão de checagem de boatos, no que a gente chama de debunking. A gente tinha uma expertise na questão de checagem de boatos; e O Globo estava muito mais focado na checagem de declarações de políticos, no chamado fact-checking tradicional. Então, foi bom unir essas duas equipes aos outros seis veículos para comporem um grupo já com um know-how de trabalho de checagem de fatos.

A equipe do Fato ou Fake é composta por mais ou menos 70 jornalistas envolvidos de 5 praças, de 5 Estados - Distrito Federal mais quatro Estados, São Paulo, Rio de Janeiro, Pernambuco e Minas -, que é onde a gente tem as



praças da TV Globo. Esses jornalistas atuaram principalmente no período eleitoral, em que a gente sabe que houve uma avalanche de boatos e mensagens falsas circulando. Depois eu vou mostrar alguns números para vocês, e vocês vão ver que houve realmente um volume maior de checagens no ano passado, durante o período eleitoral. E a gente tem agora um desafio, porque a gente tem em 2020 eleições municipais, nos 5.568 Municípios do Brasil. Então, a gente já prevê que a gente terá que treinar algumas equipes de afiliados do G1 e da TV Globo para fazer também esse trabalho.

Como basicamente a gente desenvolve esse trabalho? De forma muito objetiva, a gente apura fatos - como a Natália já disse, a gente não apura opiniões ou previsões de acontecimentos futuros -, tudo muito focado na questão da viralização. Então, a gente tem algumas métricas e algumas ferramentas que a gente utiliza para verificar o que está viralizando, o que está bombando na internet. A gente tem algumas ferramentas internas por meio das quais a gente consegue visualizar o que está viralizando tanto no Facebook, no Instagram, como em outras redes sociais.

Na questão do WhatsApp, a gente sabe como é difícil verificar o que está viralizando dentro das ferramentas, as mensagens são criptografadas, a gente não consegue estar dentro de todos os grupos. Mas a gente tem uma ferramenta interna, que é um número que está dentro de vários grupos, por meio do qual a gente consegue ter uma noção, uma acurácia um pouco mais precisa de como aquela mensagem está circulando. Então, se a gente sabe que alguma coisa começa a circular e viralizar, a gente consegue fazer uma busca, ver quantas vezes aquela mensagem está circulando ali dentro e ver se a gente parte para fazer uma checagem, porque a gente nunca quer fazer uma checagem de algo que não esteja viralizando, com o risco de fazer efeito inverso, não dar sentido para aquilo e a gente viralizar aquela mensagem falsa.

Durante o ano passado, a gente fez exatas 1.001 checagens, durante todo esse ano, então de 30 de julho até o dia 31 de dezembro, a gente produziu 1.001 checagens. Essas checagens estão divididas entre 759



declarações checadas e 242 boatos. O que é que são essas 759 declarações? Basicamente, declarações feitas durante entrevistas, debates, por candidatos a Presidente e Vice-Presidente, e candidatos aos governos daqueles Estados que eu mencionei, onde a gente já tem equipes formadas de jornalistas para fazer essa checagem. A gente teve uma audiência de mais de 30 milhões de page views, só no ano passado, e nesse ano a gente já fez 256 checagens até ontem - esse é o dado mais atualizado -, sendo, dessas 256, 242 boatos. Ou seja, durante todo esse ano a gente checkou o mesmo número de boatos que a gente checkou de 30 de julho do ano passado a 31 de dezembro. Então vocês já conseguem ver a dimensão e como essas notícias, essas mensagens falsas, circularam nesse período no final do ano passado, principalmente por causa do período eleitoral.

A gente tem um banco de boatos, que a gente chamava, uma ferramenta que a gente disponibiliza, com todas as mensagens que a gente já checkou. Isso porque a gente sabe que essas mensagens voltam a circular, muitas vezes com algum termo diferente. Então, a gente tem muitos boatos de saúde, por exemplo, que é o que a Tainã já falou, que é também uma das grandes preocupações nossas, porque são boatos que, enfim, podem ser realmente prejudiciais à população. As pessoas recebem esses boatos e, às vezes, veem ali que há uma cura milagrosa para um tipo de câncer, e isso pode acarretar vários problemas: a pessoa pode parar um tratamento sério que é comprovado cientificamente por acreditar naquela mensagem. Então, a gente tem várias mensagens checadas nesse banco que podem ser consultadas, e que, às vezes, mudam um termo ou outro, um nome de um medicamento ou outro, enfim, e acho que é muito importante ter esse banco ali presente, para as pessoas poderem fazer essas consultas.

Eu acho que eu vou encerrar e deixar os senhores à vontade para fazerem perguntas, mas eu reforço, me referindo à fala da Natália, que é muito importante essa questão da educação hoje em dia, e não partir para esse lado da criminalização, que se constitui em um grave risco para a liberdade de



imprensa e para a liberdade de expressão como um todo. Então, eu acho que é muito importante essa questão no andamento aqui da Comissão.”

Depoimento da Sra. Joice Hasselmann, realizado no dia 04 de dezembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9472>

“A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP. Para expor.) - Obrigada, Presidente.

Boa tarde a todos os senhores.

Eu quero aqui deixar, antes de iniciar a minha apresentação, algumas informações e ponderações a todos.

Eu até cheguei um pouco atrasada. Meu telefone não parou de tocar até o último momento, com pessoas pedindo que eu não viesse, que eu não viesse trazer esta exposição, que isso poderia gerar algum desgaste, além do que já existe, para o Governo, ou mesmo para o próprio Presidente da República.

Então, eu vou deixar bem claro a todos os senhores que a minha missão aqui não é arranhar a imagem da instituição Presidência da República. Eu ajudei a eleger esse Presidente, como todos sabem - e isso é público e notório, basta um Google. E, aliás, não ajudei a eleger só esse Presidente; ajudei a eleger parte da Bancada do PSL que hoje está na Câmara dos Deputados.

Fiz vídeo, chamadas para vários - inclusive, para os três que estão aqui.

O SR. FILIPE BARROS (PSL - PR. Fora do microfone.) - Para mim, não!

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Fiz. Fiz, Filipe!



Não, não. Depois, eu fiz para você. Eu não fiz pessoalmente; fiz para você.

Então, senhores, o que eu vou mostrar aqui é fruto de uma investigação que eu comecei a fazer com muito mais intensidade depois que eu virei o alvo de ataques coordenados na internet.

Todos vocês vão entender, porque esses ataques são coordenados, que há, infelizmente, dinheiro público por trás disso, que a instituição Presidência da República, com a minha explanação, estará preservada por conta do nosso País, pelo que nós precisamos para o nosso País, mas que a organização criminosa - porque é criminosa - que se organiza na internet precisa ser exposta. Crime não deixa de ser crime porque é virtual. Código Civil e Código Penal continuam valendo quando os crimes são na internet.

Então, nós não estamos aqui falando das tias do WhatsApp. Eu recebi várias montagenzinhas: "Joice está contra as tias do WhatsApp". Não, não estou contra as tias do WhatsApp. Eu acho que as tias do WhatsApp ajudaram muitos de nós também a fazer campanha. Eu estou contra uma organização criminosa, que funciona de maneira coordenada. Alguns fazem com dolo; outros fazem simplesmente pelo efeito manada. Todos vocês sabem o que é efeito manada e eu não preciso nem explicar.

Eu vou fazer aqui uma apresentação breve. Há muito mais coisa, mas é impossível, numa única reunião e numa apresentação de meia hora, 40 minutos, dar conta de tudo isso. E por isso eu imagino que a CPI esteja funcionando, para que possa investigar, já que a CPI tem poder de polícia. Que possa investigar, com o poder que tem de polícia, alguns dos fatos que vou mostrar aqui e, se necessário for, me coloco à disposição para voltar. Já deixo isso bastante claro, tá?

Então, como vocês estão vendo, nós estamos falando de crime.

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Dá licença aí, amigo?

Obrigado.



A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Caluniar, difamar e injuriar são crimes previstos no Código Penal. Nós não estamos falando aqui de fofuquinha de WhatsApp.

Como é que funciona, como é que se comporta o trânsito de informações? A partir de uma teia. Essa teia foi feita. Para qualquer um que entenda um pouquinho de tecnologia da informação, há softwares que leem essas teias, como elas funcionam nas redes sociais. E, depois, se alguém quiser alguma informação mais específica com o perito que acompanhou esse levantamento, ele está à disposição. Inclusive, os laudos apresentados estão assinados por perito renomado. Vocês terão acesso aos laudos.

Como é que funciona? Como é que se comporta esse trânsito de informação?

Volte um pouquinho. Volte um pouquinho, por favor, à anterior, ali.

Vamos pegar aqui o caso do Leonardo DiCaprio, que virou o alvo da vez esta semana. Foi, inclusive, agredido verbalmente, aí devolveu, a confusão que vocês viram na internet. A partir de uma informação e de um alvo da vez, há a disseminação dentro de uma bolha na internet.

Passe para o próximo, por favor.

Vocês estão vendo aqui alguns dos Parlamentares que retuítam, que repassam informações ou fazem tuítes. Aqui, prestem atenção, não necessariamente trata-se de fake news. Estou falando só do trânsito da informação, de como é que a bolha se desenha. Não estou acusando, ainda, nenhum desses de fake news, apesar de que alguns produziram, e bastante, fake news.

Então, nós temos ali o alvo da vez, o DiCaprio. Aí há os perfis oficiais ligados ao Presidente, ao filho do Presidente e aos perfis de alguns Parlamentares em alguns sites, como o Terça Livre, que tem o Allan dos Santos. Tem o Leandro, que é muito ativo nas redes sociais; tem o Olavo, que é muito ativo, e alguns desses políticos que estão ali nominados, como o



Eduardo, o Jair, o Abraham, a Deputada Carla, o Deputado Daniel Silveira e esses influenciadores. E há, na sequência, os publicadores. Isso forma a teia para fazer a disseminação dentro de uma bolha. Há uma bolha criada e há, depois, o método de expansão para o mundo real. Essa é uma bolha. Estima-se, ali, que tenha, no total, envolvendo das tias do WhatsApp àqueles que fazem as fake news, que tenha no total, no máximo, 8 milhões de pessoas e muitos robôs. Só que dentro dessas 8 milhões de pessoas há um grupo bem menor que é o grupo que dissemina as informações para destruir reputações. E vocês vão entender como isso é combinado na sequência, aqui, da minha apresentação.

Pode passar, por favor. Não, volta um pouquinho.

Políticos são os aliados incondicionais do Presidente. Eu tutei muita coisa e publiquei muita coisa do Presidente, mas nunca fake news nem nada disso. Vocês vão entender por que não fiz parte desse clã nem antes, nem durante, nem agora. Nem antes da campanha, nem durante, nem agora.

As instruções são passadas por um grupo. São vários deles, mas um eu vou abrir aqui para vocês. É um grupo do gabinete do ódio que tantos dizem que não existe, que não existe. Vocês vão ver prints das conversas desse grupo do gabinete do ódio. As instruções são passadas, principalmente, pelo Eduardo e por assessores ligados a eles. O Carlos também teve muita atividade, mas agora ele está um pouco mais, assim, com o freio de mão puxado. Mas as instruções são passadas basicamente por esse grupo ligado ao Deputado Eduardo Bolsonaro. Eles ativam a militância política. Então, passam para os perfis oficiais. A grande mídia acaba divulgando alguma coisa, por essa bolha que vocês estão vendo ali à esquerda.

Pode passar.

Os influenciadores, normalmente, os discípulos do Prof. Olavo de Carvalho. Digo a vocês que até me surpreendi com o Olavo porque Olavo é uma pessoa com a qual eu tinha um relacionamento muito bom. E sei que ele é desbocado, fala palavrão para caramba, mas eu me surpreendi com a guinada



entre a teoria e a prática. Na prática, o Prof. Olavo - por quem, eu repito, eu tenho uma grande estima, de quem eu gosto muito - faz tudo diferente do que me ensinou na teoria.

Então, acabou que nós ficamos, nesse caso aí, um pouco afastados, tá?

Pode passar, por favor.

Os publicadores.

Os publicadores são pautados e influenciados por políticos, e os influenciadores participam desse movimento de manada. E muitos perfis, sim, são fakes, são perfis falsos para dificultar a responsabilização desses conteúdos, porque, de novo, é crime, está lá no Código Penal. Então, para que não haja a imputação de crime, ou o acionamento da Justiça, ou o pedido de indenização, muitos perfis são falsos.

Vocês estão vendo um corte ali entre o que é a bolha e o que é a vida real. Então, quem faz essa conexão são essas figuras todas liderados, nesse caso, pelos assessores e pelo próprio Deputado Eduardo Bolsonaro. E essa expansão para a vida real que nós chamamos é feita por robôs.

Vocês vão ver isso tecnicamente. Eu não estou aqui falando do que eu acho, porque seria leviano. Eu estou aqui falando tecnicamente. Vocês terão laudos, terão comprovação do que eu estou dizendo. Até por isso eu não estive aqui na semana passada porque tudo isso é muito demorado. A perícia é demorada, o acionamento de polícia é demorado, porque a polícia já está nesses casos. Inclusive, alguns pedidos de quebra de IP já foram encaminhados e determinados já pela Justiça. E, por óbvio, eu não vou dizer o nome dessas pessoas porque há gente que já jogou computador fora. Eu fiquei sabendo que há gente que furou drive de computador com furadeira, dessa de parede. Então, a destruição de provas é muito complicada. Por isso que alguns nomes, apesar de a gente já ter acionado na Justiça, permanecem em sigilo.

Agora, há uma coisa que quem destruiu provas de ataques não levou em consideração: mais de 90% de todos os dados estão protegidos na nuvem.



Então, com um pedido da Justiça ou da CPI, é possível resgatar todos esses dados, todos, ou pelo menos 90%, o que nos dá aí uma boa amostragem do que acontece e como funciona.

Nesse caso do Leonardo DiCaprio aqui - eu estou nesse tema porque é o tema mais atual, mas funciona igualzinho para todo mundo, tá? -, houve 30 mil interações em 24 horas - 30 mil interações. Essas interações, de novo, são feitas por gente de verdade e por robôs. Há gente que até apareceu aí: "Não, olha, eu existo. Eu existo!". Sim, mas é uma pessoa por trás de robôs. E isso custa. Isso custa. Em média, para fazer um disparo - um disparo - por robôs, para fazer essa movimentação, um disparo, uma hashtag, gasta-se R\$20 mil. Vocês imaginem quantos disparos, quantas hashtags, quantas informações!

Eu estou falando só do disparo do robô. Eu fiquei sabendo desse valor hoje. Achei impressionante. Vocês imaginem o que está por trás: a produção, o pensamento, enfim.

Pode passar.

Esse Botometer é uma metodologia desenvolvida por cientistas da Universidade de Indiana para identificar robôs. Então, eles têm uma série de características que foram listadas durante quatro anos e eles reuniram essas características: são mais de mil características que diferenciam gente de robô. É simples. Isso é científico. Isso aqui também não é um achismo. E está à disposição para quem quiser entrar em contato com a Universidade de Indiana para ter mais informações.

Então, basicamente, aqui são só algumas das informações para vocês entenderem. O perfil geralmente não tem muita personalização, não tem a foto, tem um avatar diferente, só para constar ali no perfil. No padrão social não há conteúdo original ou há pouco conteúdo original e os retuítes são o que movimentam - quando falam: "Todo mundo está falando na internet disso!", são os robôs que estão retuitando o tempo todo, retuitando o tempo todo, retuitando o tempo todo. Na atividade é o mesmo padrão e atua-se em conjunto - é sempre em conjunto.



Então, vocês vão entender, ao final aqui da minha apresentação, que se escolhe um alvo, o alvo é escolhido, combina-se o ataque - e há, inclusive, um calendário de quem ataca e quando - e, aí, quando esse alvo está escolhido, entram as pessoas de verdade e entram os robôs. É por isso que, em questões de minutos, cinco, dez minutos às vezes, a gente tem uma informação espalhada para o Brasil inteiro. Parece realmente que o Brasil inteiro está discutindo aquela informação. É uma sensação - isso também é fake - que é passada para que muitos fiquem atemorizados ou aterrorizados com o levante da internet.

Pode passar aqui. Próximo. (Pausa.)

Encrespou aí, travou?

Enquanto destrava, eu vou trazer uma outra informação. Uma coisa importante é que muitas dessas páginas e perfis que postam conteúdos nem sempre fakes - alguns são fakes, outros são difamatórios; alguns são completamente fakes. Vou mostrar dois para vocês aqui que são bem interessantes assim, absolutamente malucos. Muitos são de agressão. Eles postam em algumas páginas; aí, uma hora depois, por exemplo, deletam. Só que, depois que foi deletado, já está circulando nas redes e nos grupos de WhatsApp. Então, não tem mais como você segurar a informação nem como fazer uma errata.

Aqui há um aplicativo - de novo, quem quiser, por favor, é a Universidade de Indiana - que foi desenvolvido justamente para que a gente possa verificar se há robô ou não nas redes, como é que é, como é que não é, como é que funciona, como é que não funciona. E as minhas redes estão à disposição, tá? Eu nunca usei robôs. Então, as minhas redes estão absolutamente à disposição para quem quiser: redes, meus telefones, o que vocês quiserem está tudo à disposição.

Eu analisei dois perfis, por óbvio, os dois perfis mais importantes, o do Presidente da República e o do Eduardo Bolsonaro.



Ali é a análise que foi feita por esse software, e dos 5,4 milhões de seguidores, no caso do Presidente da República, 1,4 milhão são robôs. No caso do Eduardo, 468.775 são robôs. Também está tudo disponível para os senhores, com laudos e tudo o que os senhores quiserem.

Ou seja, nós temos quase dois milhões de robôs em apenas duas contas de Twitter. Eu não vou dizer para vocês... Eu quero crer que o Presidente não sabe disso. Eu quero crer. Agora, pelo que vocês vão ver nas conversas do grupo do gabinete do ódio, o Deputado Eduardo Bolsonaro está amplamente envolvido e é um dos líderes desse grupo que nós chamamos de milícia digital.

Pode ser que esse número seja um pouco maior de robôs, porque como eles pegam características, a gente usou como parâmetro aquilo que tem mais de 50% de característica de robô, para não ter risco de erro, para não cometer o erro da injustiça. Mas pode ser que aquele que tenha característica de 45%, 49%, 48% também seja robô. Mas a gente excluiu isso para termos uma margem realmente confiável para apresentar.

Pode passar.

A atuação. Eu já disse para vocês que cada atuação de robô custa em média, cada disparo, R\$20 mil, em média. Se a gente está falando desses robôs todos, quem paga por isso? De onde sai esse dinheiro? Talvez o principal foco desta Comissão Parlamentar seja seguir o rastro do dinheiro, porque é algo, realmente, que chama atenção. Eu fiquei surpresa com os valores e com os números apresentados.

Então, se o ataque é em grupo e se isso é feito em perfis de todos os cantos, de onde vem esse dinheiro? Nós não estamos falando aqui de trocados, nós estamos falando de milhões. Vamos lá.

Murilo Defanti. Esse é um tipo de perfil que claramente é usado por robô. Claro que amanhã pode aparecer o Murilo, a Murila, alguém dizendo: "Não! É meu o perfil". Mas é um robô, é uma pessoa por trás de um robô. É um robô que está operando, é um robô que está fazendo os disparos.



Para vocês terem uma ideia, eles trabalham com retuíte, basicamente retuíte. E robôs também seguem robôs, tá, gente? Só para vocês saberem. Então, aquela coisa de ter só um seguidor e por isso é robô, e o outro tem bastante seguidor e não é robô, não é bem assim. Geralmente... Claro, se a pessoa está seguindo zilhões de pessoas e tem um seguidor, é uma característica de ser robô. Mas robôs também seguem robôs.

Então, nesse caso por exemplo, não há nenhum conteúdo original e 88 mil retuítes em um ano. Oitenta e oito mil retuítes em um ano! Isso foi pego de forma aleatória. Aquela bolha que eu mostrei para vocês, aquele mapinha cheio de pontinhos que estará à disposição de vocês, quando, na internet, vocês clicam num pontinho daquele, vai aparecer qual é a página. Então, naquele mapa colorido onde eu destaquei só o caso do Leonardo DiCaprio e do Eduardo Bolsonaro, vocês podem clicar, podem correr ali o mouse, o cursor, e ele vai mostrar qual é a página, qual é a pessoa. Então, isso foi aleatório. Um que foi pego.

No caso daquela campanha do fora Gilmar Mendes, foram 1.123 hashtags desse perfil em um único dia. Então, é humanamente impossível. É impossível! É juntar lé com cré. É simples assim. E está lá. O Murilo Defanti está na rede do Deputado Eduardo Bolsonaro. Vocês pegam isso. Depois, quem tiver interesse nesse mapa digital, todos esses pontinhos verdinhos estão interconectados, interligados, com o disparo, nesse caso, que saiu do Eduardo Bolsonaro. E ali uma hashtag também contra o Davi Alcolumbre: #AlcolumbreMaquiavelico. E dali saem aqueles memes que ultrapassam e muito o que nós chamamos de uma zoação, fazer uma graça. Não. São ataques verdadeiros às reputações das pessoas.

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP) - Deputada, eu não posso perder a oportunidade. Aqueles pontinhos ali são muito parecidos com o rabo de um pavão.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Chegaremos no pavão. Chegaremos no pavão.



A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É. Chegaremos no pavão.

Agora, um dado interessante para vocês. O Botometer também fez uma análise no Twitter do Aliança. O Aliança pelo Brasil, que é o que se propõe a ser um partido. Não sei. É uma ideia que se propõe a ser um partido depois de coleta de assinatura, e que causou inclusive, no meio dessa confusão... Nasceu por uma dissidência do PSL, Partido que abrigou o Presidente da República quando outros não acreditavam na viabilidade do Presidente como um candidato que pudesse ganhar a eleição.

São 164 mil seguidores... Deve estar um pouco desatualizado, porque foi feito há uns três dias. Então, já deve ter aumentado os seguidores e também o número de robôs. Só para vocês não entrarem lá e verem um número diferente. Desses 164 mil, 26 mil são robôs. Então, é um número muito grande. E robôs conseguem fazer um barulho, por óbvio, muito maior do que gente, porque nós temos mais o que fazer, nós trabalhamos, e nós temos uma limitação humana e de tempo. Não é o caso dos robôs, que são programados só para isso.

Pode passar, por favor.

Uma coisa importante para que eu queria chamar atenção de vocês. Nós vimos ontem uma decisão do TSE para aceitar os certificados digitais, no caso de criação de novos partidos. As certificadoras digitais - e para isso, quem me alertou foram os peritos que me ajudaram a fazer esses levantamentos - são muitas vezes pequenas empresas privadas quase sem nenhuma fiscalização, ou sem nenhuma. Há lá numa salinha a certificadora digital. Se nós temos esse volume de robôs atuando nas redes sociais...

Qualquer um pode ser alvo, tá, gente? O alvo da vez fui eu, mas pode ser qualquer um, qualquer um. Não existe uma proteção. Pode ser de esquerda, de direita, do centro. Não interessa. Essa pancadaria, esse crime acontece com todos. Mas se há esse volume de robôs nas redes, o que não haverá com as certificadoras?



Então, é claro que o TSE... Eu vi ontem. Foi apertado, foi quatro a três. Nós sabemos que alguns dos Ministros têm intenções de ir para o Supremo, para o STJ. Eu não coloco ninguém aqui em suspeição. Mas acho que na regulamentação disso há de se ter muito cuidado, para que nós não tenhamos uma fraude. E isso eu não estou dizendo aqui porque o partido nasce por uma dissidência do meu partido, porque todo mundo sabe que eu sou contra a criação de novos partidos. Sempre fui. Basta dar um Google aí no meu nome que vocês verão. Eu sou a favor do enxugamento dos partidos, não de criação de mais partidos. Mas esse dado é bastante importante.

Traz mais água para mim, por favor, e um café.

O mecanismo. Como é que funciona o mecanismo da coisa. Vamos pegar de novo... Eu estou usando a rede do Eduardo porque é uma das redes que mais influenciam nesse processo. Há outras. Eu só peguei... Não dá para fazer tudo, não é? Eu peguei um pelo número de seguidores e tudo. Então, Eduardo determina o alvo. Perfis ligados ou de assessores, ou ligados a assessores parlamentares, de agora, do passado recente, gente que está nas assembleias. Tem assembleia, tá, gente? Assessores de Deputados estaduais espalhados no Brasil inteiro fazendo isso. Não é só Deputado Federal, não. E aqui na Câmara também há Deputados Federais que têm assessores ligados, indicados pelo grupo, pelo Eduardo, pelo Carlos, para ficarem o tempo todo trabalhando com essas fakes ou assassinato de reputações.

Aí tem uma coordenação de ataques. Eu vi que tentaram desdizer, até em tom de sarcasmo, a existência do gabinete do ódio. Eu confesso que achava que o nome era gabinete da maldade, porque era assim que alguns Ministros se referiram ao tal gabinete quando foram atacados. Eu me lembro de um Ministro que falou para mim: "Poxa vida, o que eu faço com o gabinete da maldade, Joice?" Mas é aquela coisa de conversa de palácio. Não era uma coisa assim: olha, está acontecendo isso, isso ou aquilo. Mas eu descobri que realmente é gabinete do ódio. Está ali. Secreto2 G.O. Eles escolhem quem



será o alvo da vez. Nesse caso é um print para vocês. Foi o caso do Julian Lemos. Eles escolhem uma pessoa e essa pessoa é massacrada. Massacrada!

Esse grupo não é WhatsApp. Não é WhatsApp. Eles não conversam esse tipo de informação pelo WhatsApp. É um grupo fechado, que tem senha dentro do Instagram. Então, nós já pedimos a preservação do grupo porque, por óbvio, vão deletar. Mas os prints estão aí, e com os laudos, para que vocês saibam que é verdadeiro.

Aí nós temos alguns perfis falsos ali identificados. Falsos ou alguém que se esconde atrás de um perfil. O Ódio do Bem, o Isentões, o Left Dex. Enfim.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É Ódio do Bem. O Ódio do Bem orientou recentemente o ataque à Lava Jato - vocês verão a conversa - para proteger o Senador Flávio. Isso está num print ali para vocês.

Aí, olha lá: "Temos que pegar pesado com os traidores". E eu fico me perguntando o que são traidores? Traidores do quê? Pessoas que trabalharam dia e noite para ajudar a eleger um Presidente da República? Pessoas que trabalhavam muito antes de haver viabilidade de o atual Presidente ser um candidato que tivesse realmente musculatura para ganhar a eleição? Traidores por quê? Porque não entramos no jogo de atacar pessoas dessa forma? Porque não fazemos dessa forma? Ou por que discordamos minimamente de qualquer coisa que seja?

Ali. São os perfis, esses: Bolsofeios; Bolsolindas; Blosoneas; Carlos Opressor; Presidente Bolsonaro BR e Snapnaro.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Existe o perfil.

E aí, para se ter uma ideia, o Bolsofeios é do assessor do Eduardo, o Dudu Guimarães. E aí a gente vai descobrir quem são eles com os pedidos judiciais.

Ali: viralizar; amanhã é o Julian; canalhas; sim, viralizar, e tal. Aí, crescimento artificial, por robôs também, dessas hashtags: #AlcolumbreMaquiavelico; A hashtag que foi feita contra mim:



#DeixeDeSeguirAPepa, a hashtag #ForaGilmarMendes, e qualquer uma que vocês queiram.

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - O Snapnaro também é dele.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Sim. O Snapnaro. Sim, sim.

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Snapnaro.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - O Snapnaro. É.

Pode passar, por favor.

Movimentos. Esse grupo coordenado na internet acaba pautando movimentos, e alguns movimentos fazem uma retroalimentação com esses grupos. O movimento conservador é o que está dentro da questão do gabinete da maldade, de espalhar fakes e dos crimes de improbidade que vocês verão, porque há uso de assessores que ganham dinheiro público para isso. É um dos que está mais envolvido. Aí tem Direita São Paulo, Avança Brasil...

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Esse é o ex-Direita São Paulo.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É.

Pode passar.

Como é a organização da milícia? Vamos lá.

Ali vocês estão vendo o gabinete do ódio, o Coringa, o Carlos e o Eduardo, que são os cabeças, os mentores. Ali alguns Parlamentares que, por óbvio, replicam informações. E, de novo, não necessariamente, nesse caso, informações fakes, mas muita coisa para destruir reputação; e coisas fakes. Não estou dizendo que tudo é fake. Tem coisa que é, tem coisa que não é. Tem gente que publica e depois foi pego no fake, foi pego na fakelândia. Aí apaga: "Não, não. Ó, descobri... Ah, desculpem aí!". Então, assim...

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Foi sem querer, não é?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É. Foi sem querer.



Aí tem os assessores... Os publicadores, assessores de alguns desses Parlamentares, publicadores e movimentos, e os próprios Parlamentares, por óbvio, que repassam algumas informações.

Pode passar.

O gabinete do ódio. Já foi dito aqui, mas fica bem claro como é feita essa formatação do gabinete do ódio. De maneira - digamos assim - legal, comprovável imediatamente, praticamente meio milhão de reais de dinheiro público é destinado para perseguir desafetos. Essa é a função do gabinete do ódio: perseguir desafetos. E de novo, para quem quiser falar que não, não é bem assim, os prints das conversas do gabinete do ódio estão ali. E eu espero que alguém me pergunte, quando começarem as perguntas, como é que eu consegui esse print.

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Já estão falando aqui que você vai ter que provar.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Aham. Aham.

Vamos lá: Filipe Martins, o Carlos... É, o Carlos ia muito ao Palácio, mas, depois que saiu muito na imprensa, ficou meio chata a coisa, e ele deixou de frequentar o Palácio com muita frequência.

E nós temos ali o Tercio, o Zé Matheus e o Mateus Diniz.

O Olavo, de novo, está ali. Isso me parte o coração, porque eu tenho um carinho pelo Olavo muito grande, mas essas pessoas todas foram alunas do Olavo. Então, ele ajuda a disseminar e ajuda, obviamente, a fazer a militância atacar pessoas.

De novo: os ataques que têm nome e sobrenome e cara - em que a pessoa se mostra -, aí a Justiça está aí, para reparar.

Eu já fiz posts muito agressivos, brigando com partido político, brigando com ministro, dizendo "não concordo"... Vocês sabem disso. Agora, estava lá minha carinha. Minha cara, há lá o meu nome, meu sobrenome, meu CPF, e,



caso houvesse uma infração à lei, qualquer um poderia me acionar por isso. Mas nunca perdi.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Não, não perdi não.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Não, não, não: não perdi não. O do Lula eu ganhei.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Ah, não: é verdade. Estou recorrendo. É verdade. Era uma homônima.

Pode passar.

Aí, gente, dá uma olhada nisto: "Senador detona jornalista do Mato Grosso que chamou Joice de garota de programa". "Rodrigo indicado à Sudeco, mas áudio contra Joice deve miná-lo".

Eu estive recentemente no Mato Grosso, para receber o título de Cidadã Honorária de Cuiabá e do Mato Grosso de uma única vez. Foi superbacana.

Na minha infância, eu morei em Cuiabá. Cheguei com seis anos, tá, gente? E olha aí.

Na terça-feira após essa conversa, apareceu um maluco na internet, que eu não sei quem é - por óbvio, já está sendo processado -, usando imagens minhas de agora, com o meu carro, aqui em Brasília... Que é meu. Não é nem público, não é alugado não: é meu, é meu carro particular. Com o meu carro, aqui em Brasília, andando para cá, andando para lá, não sei o quê, não sei o quê, não sei o quê, aí, com aqueles efeitos de internet... E aí ele fala assim: "A Joice, eu sei que a Joice foi garota de programa, lá-lá...", aquela coisa toda.

Aí, eu comecei a rir, mandei para o meu marido... Falei: "Olha, amor; olha a nova deles". E, aí, eu recebo esse print.

Eu quero só aqui fazer justiça ao Senador Eduardo Gomes, porque eu conversei com ele, pela boa relação que tenho com ele, e ele me disse: "Usaram meu nome, Joice. Pode me levar de testemunha no processo". Porque eu estou processando esse vagabundo aí, que eu não sei nem quem é



esse maluco. Eu sei que, na época em que eu era Líder, parece que ele queria um cargo e, por algum motivo, ele achava que eu estava atrapalhando - devia ter ficha suja ou coisa assim.

Então, aqui eles usam o nome do Eduardo Gomes... Ligaram do Palácio - do Palácio -, passou para o Eduardo - o Zero Dois, o Bolsonaro -, para ir na terça, com o dossiê da Joice. Graças ao Muvuca, virei best friend dos homens: Joice, Inimiga nº 1. As voltas que o mundo dá, não é?

Aí, o fulano manda uma foto com o Eduardo, e o Eduardo... Falei com ele e repito: ele disse: "Olha, eu não tenho nada com esse cara. Conheço ele, mas ele está usando meu nome. Vou de testemunha a seu favor, contra esse picareta".

Aí, ele se tornou Líder do Governo no Congresso. Melhorou muito para arrumar um cargo lá.

Isso foi uma conversa. O print também está à disposição dos senhores.

Na terça-feira, data marcada, aparece o tal vídeo, que, claro, já foi deletado. Porque o que que eles fazem? Atacam a reputação, não têm prova de absolutamente nada, destroem, e aí eles deletam! Somem com o vídeo! Desaparecem com isso.

Agora, vocês fiquem imaginando o tamanho do estrago que uma informação falsa como essa pode causar. Claro, talvez fosse uma coisa mais leve, e as pessoas até acreditassem. Uma coisinha assim, "ah, tá, sei lá...". Como é uma coisa muito pesada, as pessoas olham e falam assim: "Não... Tá na cara que é fake". Mas eu sou mãe, eu sou esposa, eu tenho família... A minha mãe mora lá no interior do Paraná, recebendo ameaça pelo computador...

Então, esse tipo de gente destrói vidas.

Há gente que não aguenta: há casos de suicídio, por conta desse tipo de gente - criminosa.

Pode passar.



Vamos lá.

Vamos à "central de boatos".

Os membros do gabinete do "grupo do ódio" acabaram de dizer no grupo, agora: "Fomos descobertos".

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É.

Foram. Foram descobertos. De fato, foram.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Poderia declinar qual o grupo, Deputada?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Do gabinete do ódio. O grupo do... Aquele que eu botei o print ali.

Aqui... Pode colocar o áudio, por favor? Eu acho que vai ter que voltar e aumentar o ódio... Aumentar o volume do ódio, ali, do nosso...

(Procede-se à exibição do vídeo.)

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Aqui, gente, esse...

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Deputada, perdão: isso foi o quê? Foi um evento, foi um stand-up... O que que foi?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Foi um evento conservador, dito conversador, que foi feito em São Paulo, e...

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Ah, com dinheiro do PSL.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Com dinheiro do PSL.

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Entendi.

Obrigado.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Eu acho que isso tinha que estar bem publicizado.

Por que que eu mostrei esse vídeo para vocês?



Claro que esse meme do Guga Chacra é um meme bobo, é uma provocaçãozinha, mas o modus operandi é exatamente esse, e, aí, os níveis de agressão vão aumentando, a depender de quem são as vítimas do momento. E há até essas palavras de ordem, não é? "Sentiu, Galvão", "faz meme" e tal, aquela coisa.

O Julian Lemos, que foi fiel escudeiro do Presidente Bolsonaro no Nordeste, quando ninguém queria estender a mão para o Presidente, andou com ele pelo Nordeste, foi à minha casa, com o Presidente, para me convidarem para disputar uma eleição. Isso está gravado. Eu tenho isso gravado. Foi à minha casa, tomaram café na minha casa, o Presidente, ainda um candidato não muito viável, e hoje achincalhado - por nada. Eu acho que é porque ele discordou do Carlos por alguma coisa, e aí começou a confusão. Basta discordar. Achincalhado.

Isso aqui foi um ataque coordenado contra o Julian. Pelo mesmo grupo, tá? Gabinete do ódio, "ta-na-na-na-ná"... E, aí, qualquer pessoa que eventualmente discorde entra como inimigo da milícia. Então... Agora, por exemplo, Dayane Pimentel, atacada ali: "Professora, conte-nos o segredo mágico do seu marido, morador de Feira de Santana que, após a sua eleição, virou secretário (...) Vendeu a legenda do PSL em Salvador? Em Feira? Ou o ACM Neto sempre gostou de vocês? Essa é a sua nova política?"

Atacando a Profa. Dayane, que também, da Bahia, do Nordeste, fez campanha, como mulher - nós sabemos como não foi fácil quando começamos, como mulher, a fazer campanha. O quanto nós ouvíamos "não voto: nesse homem eu não voto"...

E a gente foi trabalhando, trabalhando, trabalhando, achincalhada pelo Eduardo Bolsonaro. Por quê? Por nada. Por nada! A resposta é: por nada. Por nada. Talvez a resposta ali, Deputada, fosse: "Porque meu marido tem competência. Pode dar uma olhada no que ele está fazendo, na administração dele. Olhe o currículo". Não é? "E tenho boas relações com a política, diferente de vocês, que têm destruído pontes no Congresso Nacional".



O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - *E não fritava hambúrguer, não é?*

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - *É. Mas imagine a Palmirinha - não é? -, tem que ser embaixadora do mundo, então.*

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - *Ô, Deputada... O senhor me permite, Presidente? Só um minutinho. Só um minuto. Só um minuto...*

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - *V. Exa. está inscrito, vai falar...*

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - *Sim, sim, eu só queria lembrar que o Julian... Todas as vezes que o Presidente foi à Paraíba, ficou hospedado na casa do Julian, e não foi uma vez só não: foram cinco vezes.*

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - *Continue, nobre Deputada.*

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - *Ali há... Volte um pouquinho, por favor.*

Ali foi quando eu dei uma declaração, dizendo publicamente o que eu já dizia para o Presidente.

As pessoas acham que pontos de tensão acontecem agora. Não: eu sempre tive uma relação franca com o Presidente, para dizer para ele quando ele estava errado, na minha avaliação. Eu tenho isso tudo... Até as reuniões, depois, eu mandava uma ata para ele: "Conforme a reunião, conversamos isso, isso e isso". Até para que ele pudesse ler e refletir.

Então, eu dizia muitas vezes a ele: Não faça dessa forma, Presidente. Não se deixam aliados pelo meio do caminho. Não traia seus aliados de primeira hora, porque o recado que se passa para o Congresso, onde nós - e eu liderava no Congresso -precisamos de aliados, é muito ruim.

Então, nós tivemos vários diálogos, e eu, por óbvio, por ser uma coisa privada, não vou mostrar, mas está à disposição. Não vou apresentar aqui.



Então, Julian, achincalhado da vez.

Poder ir.

Os ataques coordenados, aí, do nosso baralho.

Gabinete do ódio. De novo.

Vejam que interessante: eles têm uma tabela, para que, cada dia, um produza o meme ou a frase ou a hashtag para destruir alguma reputação. Então, eles vão escolhendo ali, ó: cada perfil com seu dia, para fazer esses ataques coordenados.

Olhem lá: "Quem é hoje? Vou postar daqui a pouco..."

Aí, lá, ó: "Posto o meu hoje"; "está diferente, mudou..."; "coloquei o novo também"; "putz, é mesmo..."; "é seu, Bolsofeios"...

Ali é um meme... Eles começaram esse trabalho muito com narrativa, assim, a construção de uma narrativa mentirosa, desse gabinete do ódio, mas eles vão construindo a narrativa.

Então, todo mundo sabe que eu fiz campanha para o Presidente e também ajudei o Doria em São Paulo. Por óbvio: era uma candidatura mais alinhada à direita, eu sou de direita, e havia uma candidatura mais aliada à esquerda. Uma questão ideológica. Ajudei o João Doria, em São Paulo - com a autorização do Presidente, tá? A autorização do Presidente. Isso está no meu celular: "Vai de cabeça. Vai de cabeça. Eu não vou me meter, porque vai que o outro ganha... Mas vai de cabeça". Tá?

Então, logo que a campanha passou, eles começaram a pegar fotos minhas, antigas... Por exemplo, essa foto aqui, em que eu estou com o João Doria, foi de uma entrevista que eu fiz com ele.

Eu entrevistei zilhões de pessoas, da esquerda, da direita, do centro, gente da política, gente da economia... Os meus programas na Veja, ou mesmo no meu canal do YouTube... Então...



E pegaram uma foto minha com o Presidente, recente, da campanha... Do segundo turno. Eu já tinha sido eleita ali, se eu não me engano, e eu o estava ajudando. Não lembro se foi primeiro ou segundo turno, mas era uma foto recente. E, aí, colocaram como um contraponto: "Como que esta Joice está do lado do Doria e contra o Bolsonaro?"

É uma loucura isso! É uma loucura! Pegam um imagem antiga, para tentar construir a narrativa de traidora. É uma tentativa de narrativa. Então, eles vão, eles vão, eles vão mais um pouquinho, até que passa da linha do que é minimamente respeitável, e, aí, eles vão diretamente para a agressão, para o crime mesmo, propriamente dito: o crime virtual.

Então, esse é o modelo, e aqui eles estão combinando, no gabinete do ódio, como é que vão me sacanear em todos os lugares.

E imaginem se as pessoas vão ter a informação do que acontece no meio da política... Elas não sabem! Elas recebem um negócio desses, no WhatsApp... Às vezes me encaminham: "Joice, isso é verdade?" Eu falo: Gente, pelo amor de Deus! Olha aí a foto. É antiga...

E por que eu ser amiga do João Doria significa trair o Bolsonaro? É uma estupidez, é uma idiotice isso. Mas é assim que eles trabalham. Desta forma.

Pode passar.

Esses perfis todos eu vou entregar para a CPI, todos esses perfis lá atrás, com o calendário, para que, por óbvio, a gente possa chegar aos responsáveis por cada perfil.

Ó, outro de novo, o Julian de novo. O Julian, coitado... Esse apanhou.

Ah, lá, ó: "Temos que pegar pesado com os traidores". Grupo do ódio. O Snapnaro falando.

Aí, o Bolsofeios: "Amanhã é o Julian. Tá na tabela".

Você também já foi alvo, viu, Frota?

Aí, o Snapnaro: "Canalha. Sim, viralizaram".



E ali há uma lista - vocês estão vendo? Aquela lista... Está ruim a imagem, mas de pertinho vocês conseguem ver.

Há uma lista de quem vai ser atacado e em que dia. Eu estou no nº 25 na lista de ataques. Então, ali tem de tudo: tem Parlamentar, tem político, Governador, Ministro, Rodrigo Maia, Davi Alcolumbre... O Rodrigo passou por uma campanha super pesada de difamação também, fazendo imagens pornográficas... É o modus operandi, como fizeram comigo.

Ali a orientação: "Apague as fotos em redes sociais com os traidores ou potenciais traidores". Isso é repassado para todo mundo, e o mutirão é feito.

Pode passar.

É bom lembrar que eles, depois de fazerem isso, distribuem para os multiplicadores pelo WhatsApp. Aí a coisa fica sem controle, sem controle nenhum.

Depois daquela orientação para me atacar, eles começaram a fazer essas montagens, e há coisas muito mais pesadas, gente, mas eu acho que todo mundo já viu... Colocando o meu rosto num corpo de prostituta em cenas de orgia, coisas que foram parar no telefone do meu filho, que foi o que me motivou a de fato entrar nessa investigação, porque não dá. Passou de todos os limites do bom senso. A liberdade de expressão tem um caminho, mas o que deveria ser uma linha tênue para separar a liberdade de expressão das agressões criminosas não é linha tênue mais, é um abismo, é um abismo! Então, as agressões acabam sendo... Enquadra-se esse grupo na liberdade de expressão, mas a gente sabe que não é liberdade de expressão.

E ali eles combinam, tenho os prints deles combinando...

A SRA. LUIZIANNE LINS (PT - CE. Pela ordem.) - Deputada, permita-me perguntar: qual é a idade dos seus filhos?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - O que recebeu, 11; e a menina tem 19.



Ali eles combinam como fazer. "Peguem a Joice, montem um meme com ela o mais gorda possível. Escrache, bote roupa de prostituta e tal..." Então, eles combinam como fazer e disparam os memes.

Pode passar.

Olha lá: essa hashtag me ofendendo no dia em que eu deixei a Liderança... Fui comunicada pela internet, mas eu já sabia porque o Senador Eduardo Gomes, muito gentilmente, tinha conversado comigo... Ele foi o lorde nessa história e disse: "Olha, minha amiga, o que você acha?" Eu falei: "Vá com fé". Porque ele era alguém que me ajudava muito inclusive na Liderança do Governo no Senado e no Congresso, como um todo. Ele tinha me avisado.

Essa hashtag - numa tarde de sábado, em que a atividade é muito baixinha na internet - teve 30 mil interações... Se não me engano... A gente tem esse dado aí. Volte lá.

Vocês estão vendo lá o #deixedeseguirapeppa pelos Parlamentares, 32 mil interações, num sábado à tarde, nessa campanha que foi feita para tentar me esculhambar.

E aí há os de sempre, não é, gente? Vocês já vão ver a participação do Douglas Garcia e do Gil Diniz. Isso merece uma boa operação da Polícia. Vocês vão ver a participação deles.

Eles fazem esses ataques, e a coisa vai crescendo. Inclusive, eu levei o Deputado ao Conselho de Ética porque há limites. Se a gente não aplicar a legislação, isso aqui vai virar uma anarquia, uma terra sem lei.

Pode passar.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Oi?

Volte lá.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Onde?

Ah! Não, não é 17 de outubro. É outubro de 2019, agora.



A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Ah! Mas nós temos o print dele. Se ele... É... Nós temos o print disso. Isso inclusive foi na rede social de uma Parlamentar.

Pode passar.

Vamos lá... De novo aqui. Como eles agem? Dudu Guimarães, assessor do Eduardo Bolsonaro, está na função de Secretário Parlamentar, organizando esses ataques, a narrativa para construir uma imagem de ligação. Ali coloca o Frota...

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Eu estou bem, ali.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Você está novinho, não é, Frota?

Volte, volte...

O Frota, eu e o João Doria, com pé de palhaço e tal...

Volte, por favor. Deixe aí. Não mexa. Não mexa aí.

A gente já vai ouvir um áudio ali.

Eu quero mostrar para vocês que começa assim, começa com essa narrativa e vai aumentando o tom, e vai aumentando o tom. O Bolsofeios é do Dudu, e há um áudio dele quando parte do grupo disse: "Olha, acho que a gente tem que conversar, compor, vocês precisam de votos e tal...". Aí ele orienta.

Conseguem colocar o áudio?

Também do gabinete do ódio.

Olha lá, olha as fakes ali.

Veja se consegue tocar o áudio.

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - O áudio é importante.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Consegue ou não consegue?



Então, enquanto acham o áudio, eu vou passando para vocês.

(Procede-se à execução de áudio.)

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Esse é só um exemplo, está?

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Do Eduardo Guimarães.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É o Dudu Guimarães, que, dentro do Grupo do Ódio, vai passando as orientações, inclusive para que haja um afastamento dessas pessoas que tanto ajudaram e continuam ajudando o Brasil. Ele nomina ali Nicoletti, até com um jeito de desdém... São pessoas que têm votos, chegaram aqui democraticamente e ajudam o País, votando por aquilo que é bom para o País.

Aí começam, como eu falei para vocês, como vai aumentando a graduação.

Passe para a próxima.

Ali. "Joice é acusada de usar dinheiro público para financiar ataques aos filhos do Bolsonaro". Piada, não é?

Volte, volte, pode voltar. O Senador pediu, por favor.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É, foi.

Senador Randolfe, Senador Randolfe.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Bolsofeios, Dudu Guimarães. Bolsofeios. É este aí, é ele.

Aí começa uma narrativa e acaba lá: "Joice é acusada de usar dinheiro público...". E olhem o tipo de perfil que posta. São coisas assim.. Tem lá um site Clickcozinha... O que tem a ver Clickcozinha com política? Mas eles usam para disseminar as informações falsas. Eles usam esses sites laranjas... Posso chamar isso de site laranja? Esse Jornal316... São esses perfis.



Aí veja lá que esse tal Tiago dos Santos já mudou a página dele para Aliança pelo Brasil, e alguns já estão usando até o símbolo. Então, eles estão todos interligados, não é?

Ao mesmo tempo em que se detonam aqueles que se consideram inimigos, ficam jogando para cima aqueles que consideram amigos. Então, quando aconteceu a questão do pedido de suspensão do Eduardo, eles... "Ah! Com que moral?" Você vai lá... Aquele moço lá é de um grupo de apoio também a esta tropa aí, e a documentação está à disposição de vocês. Esse grupo de apoio é do Sul. Para vocês verem que há coisas do Nordeste, do Sul, de São Paulo, é no Brasil inteiro, não é uma coisa pontual, é no Brasil inteiro. Então, aqui há prints de gente do Brasil inteiro, trabalhando interligadamente.

Algumas das pessoas que fazem parte da esculhambação. Olha lá... Estão vendo aquele perfil Pátria Amada? Ele já mudou o símbolo também para Aliança. Olha lá. E ali, de novo, os memes... Do Rodrigo, eu peguei até uns mais leves porque não quis escandalizar, gente. Há coisas... Vocês já viram. Enfim, até para não expor mais as pessoas.

Pode passar.

Todos aqueles que eventualmente discordaram de alguma coisa... Olha lá... Snapnaro, também de assessor. Essa montagem do Delegado Valdir... É sempre para tentar deixar a imagem cada vez mais pesada.

Pode passar.

O Pavão Misterioso. Isso aqui é um vídeo que ele postou - e, por óbvio, também está sendo acionado - de uma porca andando. "Deputada é flagrada deixando a Liderança do Governo.". Então, de novo, a intensidade... Começa com a Peppinha, não sei o quê, é de criancinha... Aí vai aumentando a intensidade. Daqui a pouco, é porca, xingam de todos os nomes... Vocês entendem? É uma crescente, é uma crescente. Vão acostumando e vão atacando.



O Pavão Misterioso tem vários perfis até porque, conforme vão tirando do ar ou conforme fazem alguma coisa mais pesada, eles usam outros perfis.

A SRA. CARLA ZAMBELLI (PSL - SP. Para interpelar.) - V. Exa. pode explicar por que o nome do Luiz Philippe foi citado ali, por favor? Porque a senhora coloca ali sobre o Luiz Philippe, como se ele tivesse alguma coisa a ver com o nome Acorda Brasil.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Ah! Não, coincidentemente, o Luiz Philippe é o príncipe...

A SRA. CARLA ZAMBELLI (PSL - SP) - Porque Acorda Brasil é um nome que nunca é utilizado para nada, não é? Entendi.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - ... e o príncipe está lá... Coincidentemente está no fundo do Pavão Misterioso também, Acorda Brasil. Eu só quis mostrar a coincidência.

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Muita coincidência.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É coincidência, é coincidência.

Vamos lá, gente.

Esse moço aí se mostrou porque ele foi citado. "Não! Sou eu, sou eu!" Esse moço é um assessor do Bolsonaro ligado a uma Deputada Estadual - o Leonardo Rodrigues - do Rio de Janeiro. Ela se define a Estadual do Bolsonaro e faz parte do grupo do Gabinete do Ódio.

Dinheiro público pago para essa gente fazer esse tipo de ataque. Está vendo lá? Eles pegam coisas assim... Pegam uma foto do Witzel conversando com o Dória e transformam isso num escândalo: "Maia é traidor da Pátria". Aí sobem a hashtag: #maiatraidordapatria.

Pode passar.

Aqui há alguns dos perfis também para vocês verem...



A SRA. CARLA ZAMBELLI (PSL - SP) - *Só uma dúvida: aquele anterior...*

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - *Presidente, eu queria terminar a explanação, porque...*

A SRA. CARLA ZAMBELLI (PSL - SP) - *Ah! Quando é o Frota lhe perguntando, pode?*

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - *Srs. Deputados e Sras. Deputadas, V. Exas. terão prazo, nas inscrições, para falarem.*

A SRA. CARLA ZAMBELLI (PSL - SP) - *Entendi, quando é alguma pergunta que possa ofender, ela não responde. Entendi.*

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - *Uh! Deletaram o Grupo do Ódio! Mas o Instagram grava tudo na nuvem - só para avisar.*

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - *Continue, Deputada.*

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - *Eu vou continuar.*

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - *Deletaram, mas não se preocupem porque o Instagram guarda tudo na nuvem, e a gente já fez os pedidos também... Fique bem...*

Vamos lá.

Ali, gente, para vocês verem, o Nando Moura... O Nando é outro que ajudou muito, fez campanha, se expôs, não é candidato e nunca foi candidato a nada, nem gosta de nada ligado à política, mas foi esculhambado porque fez uma crítica ou outra e virou inimigo da Nação. Virou Judas... E aí eles todos, de novo, de maneira coordenada... O Kim Kataguirí... E assim vai.

Pode passar.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - *Sempre os mesmos, sempre os mesmos.*

O Ódio do Bem ali tuitando a perda de seguidores na campanha que eles fizeram...



O Rodrigo Maia... É o Ódio do Bem. Depois do Pixuleco, vem o Nhonholeco, que é uma maneira de achincalhar as pessoas...

"Vice-Presidente Hamilton Mourão recebe título de cidadania piauiense em Teresina". Ataques ao Mourão. O Mourão foi uma das pessoas que mais foi atacada dentro do Governo, vocês se lembram... O Santos Cruz foi; o Bebianno foi; o Mourão, como Vice-Presidente da República, foi. Então, tentaram de todas as formas denegrir a imagem do Vice-Presidente da República, que é um homem correto. Eu não conheço nada que o desabone, absolutamente nada.

Aqui também a perícia está sendo feita em cima desses prints, e o alvo da vez, orientado pelo Ódio do Bem aí, é a Lava Jato. E ali fica bem claro: "É importante que travem a Lava Jato neste momento. Outra coisa: o Deltan deve cair da Lava Jato. Certamente o Augusto Aras assumirá a PGR, como também o Mendonça assumirá o STF." Lá embaixo: "Tem como blindar o Flávio". Ele está falando do Toffoli, o print é longo, e vocês podem, depois, ler à vontade. "Lembrando que Moro não é um cara malvado, mas é um progressista louco por poder". Progressista é a maneira de eles chamarem alguém que eles consideram mais à esquerda, mas que não querem chamar de esquerda. Daí vira progressista. Então, alguns ataques também... Houve um processo de "fritura" do Sergio Moro.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Aqui, o...

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Senador, vamos deixar a Deputada concluir e depois V. Exas. terão tempo suficiente para fazerem as perguntas.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Vamos lá.

Aqui tem o levantamento dos ataques virtuais com o Mourão. Olha, olha... Vice-Presidente da República. Está aqui.

A mobilização e como ela acontece envolvendo alguns movimentos. Vamos no Movimento Conservador.



Pode soltar. (Pausa.)

Está um pouquinho lenta a internet, não é?

Vocês vejam que esse movimento é recente, foi criado oficialmente - pode trazer mais um café - em 15 de dezembro de 2018. Vocês vão entender quem são as pessoas que estão aí: Edson Salomão, Douglas Garcia e esse Jorge Luiz Saldanha, que são os fundadores do Movimento Conservador.

Se não conseguir o vídeo, passa para frente, depois a gente passa...

(Procede-se à exibição de vídeo.)

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Vamos lá, vocês viram a ata - não é? - ali da fundação do movimento. O Edson Salomão, Presidente; Douglas Garcia, Vice-Presidente; e o Jorge, 2º Vice-Presidente. Aí ele faz uma graça ali e tal, porque começou aquela coisa de falar muito em milícia virtual, faz um tuitzinho bobo...

Passa para frente.

E aí começa a coisa a ficar um pouco mais pesada. Essas imagens aí, uma boa parte faz parte desse grupo de ataques. Aí, passa lá: "Joice canalha paga militância virtual e acusa Bolsonaro de fazê-la!". Então, é um negócio maluco, é um negócio maluco! Tiram as coisas da cartola e vão passando para frente.

Aí, ali: "Atenção, milícia digital, operação Peppa Pig ativar; repito, Peppa Pig ativar!". E aí coloca lá: "A porca foi pro brejo". E aí eles começam as intensificar as ofensas.

Pode passar.

E as vítimas todas, sempre...

O Ted Martins também já está acionado, estou comunicando a ele. Ted você está acionado. E não adianta apagar as coisas, porque a gente já conseguiu a preservação.

Pode passar.



(Procede-se à exibição de vídeo.)

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Pode passar.

(Procede-se à exibição de vídeo.)

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Aí, eu coloquei só alguns exemplos para vocês. Está lá o Eduardo detonando o Bozzella. E aí começam os ataques. Faz um primeiro, aí vem todo mundo atacando, vem todo mundo atacando! Tentam transformar a vida da criatura num inferno.

O Felipe Moura Brasil, que é um dos poucos jornalistas que assumiu que estava do lado do Governo e aquela coisa toda... Eu já tive até algumas diferenças com o Felipe, trabalhei com ele, mas não dá para dizer que ele não ajudou o Governo; ele ajudou na campanha, e muito. Hoje está sendo escrachado, também fez um questionamento bobo lá. O Danilo Gentili, a mesma coisa. E os rostos ali... O Heitor Freire também é alvo terrível dessa milícia. Lá em cima pegaram uma imagem, é o Bolsonaro chutando um pixuleco, uma coisa assim, e colocaram ali a imagem da Peppa.

Enfim, vai passando.

Narrativa sendo construída. Olha lá o Rodrigo Maia. Sempre as fotos são as piores, não é? Porque também a imagem diz muita coisa.

Ali: "Joice se a linha PSOL e PSB contra os interesses dos militares". Que louco! E as pessoas não checam, elas vão passando para frente. Aí, eu tive que colocar um carimbo de fake lá.

Pode passar.

Gil Diniz, fiel escudeiro, foi assessor do clã, e hoje é Deputado Estadual. Quem é Gil Diniz? É o menino que está acusado de rachadinha, é o modus operandi. Já está acusado, já está denunciado por rachadinha. Esse moço do meio, de camisa azul.

Pode passar.



"Deputado do PSL montou central de dossiês e ataques apócrifos na Assembleia Legislativa [...]". Ali há alguns prints. Ele sabe que é crime o que está fazendo, porque há dinheiro público, é improbidade, não pode. Então, ele orienta: "Nada que identifique que saiu do nosso gabinete". Então, a gente não está falando de alguém que faz alguma coisa sem dolo. "Não, eu não sei". A pessoa pode ser ignorante. "Eu não sei, não sei que não pode fazer". Então, por ignorância, a pessoa faz. Mas isso? Isso mostra que não há ignorância. Ele sabe o que está fazendo.

E ali começa, está vendo? Aquela nota que foi o Eduardo que publicou, e aí todo mundo atacando, que foi no dia em que eu saí da Liderança.

"Bivar e Bozzella covardes!". Os ataques se intensificam.

Pode passar.

Por ano, quase R\$1,4 milhão de dinheiro público para essa turma atacar pessoas, dinheiro público! Está aí a remuneração, quem quiser, Portal da Transparência. Tudo que eu estou falando...

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Todos do Direita São Paulo, atual conservador.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Todos!

Edson Salomão, remuneração, 24 mil. Está bem pago para fazer meme e atacar pessoas. Está no gabinete do Deputado Douglas Garcia. Olha lá, Edson Salomão coordenando um dos ataques. Ali, coordenando também ataques contra o Waldir, o Heitor, a Dayane, enfim.

Pode passar.

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - E tudo assessor de gabinete.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Há mais gente. Vamos ver.

O Jorge Saldanha...

O SR. FILIPE BARROS (PSL - PR) - Tradução simultânea, Alexandre Frota.



A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - ... também no do Douglas Garcia. O Douglas é uma célula importante nisso aí, e os dados mostram isso. Remuneração, R\$18.204. Olha lá o horário da postagem, 1h19 da tarde, 10h32 da manhã. Então, não dá para dizer: "Não, foi o horário aqui, em que estava em casa descansando". Não!

Pode passar.

Próximo, Alexandre da Silva, também no Movimento Conservador, também fez parte dos ataques. Olha de novo a construção da narrativa: pegam fotos, cliques assim. Eu fui cumprimentar o Davi, o Davi é meu amigo, todo mundo sabe. Pegam aquela foto para passar uma imagem sempre de denegrir a reputação. Quase R\$10 mil.

Pode passar para frente.

(Intervenção fora do microfone.)

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Ó lá, André Petros, também Movimento Conservador, quase R\$10 mil.

Ali o Bivar e o Waldir sendo achincalhados, absolutamente achincalhados!

Aquela imagem que fizeram das hienas, vocês se lembram, havia até um STF no meio. E, aí, por conta de dar um estresse maior entre os Poderes, o Carlos se desculpou por ter postado o vídeo; o próprio Presidente passou esse vídeo para frente.

"Pronto. Em definitivo, ela mostrou quem sempre foi. Uma roliça canalha e infiltrada". De novo, foram construindo a narrativa, construindo a narrativa, construindo a narrativa... E está lá a fotinho dos moços.

Pode passar.

Mais um, olhem quanto dinheiro público há aí, hein? Movimento Conservador, Douglas Garcia. Mesma coisa, mesmo modus operandi, os mesmos ataques de sempre.



Pode passar.

Mais um, Dylan Dantas, R\$7.338. Dinheiro público para? Atacar! Vocês vejam que esse assessor postou de Sorocaba. É até interessante saber o que ele estava fazendo em Sorocaba. Ele é assessor do Douglas Garcia na capital paulista.

Ali, de novo, Doria, Frota, Joice... Daqui a pouco, chega mais gente, outros serão incluídos na lista.

Pode passar.

Mais um, Jhonatan Valencio. Olha lá o horário, 2h14; olha lá o horário, 16h09. Sempre os ataques. Essa foto é uma montagem do Waldir, por óbvio; fizeram uma montagem para arranhar a imagem, ridicularizar. Eles gostam muito de fazer isso.

Pode passar.

Mais uma, Lilian Goulart - pode passar -, gerencia o Movimento Conservador, tá, gente?

Pode passar.

Lucas Reis, mais um, quase R\$12 mil. Olha lá a postagem.

Oi?

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Fora do microfone.) - Foi o gabinete inteiro?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - O gabinete inteiro.

Pode passar.

Incitação ao crime de terrorismo ali, explodindo ali o PSL.

Maicon Tropiano, remuneração, quase R\$7 mil, está ali, fazendo uma jogada com um daqueles perfis, Left Dex, são sempre os mesmos.

Pode passar.



Matheus Galdino, Movimento Conservador, quase R\$7 mil. A mesma imagem, essa imagem vocês devem ter visto na internet: "O PAO não para de crescer. PAO, Partido dos Amigos da Onça". E aí eles vão colocando. Inseriram o Felipe Francischini ali; o Lobão, que nos ajudou muito na campanha, foi muito correto durante a campanha conosco, mas hoje também está sendo achincalhado.

Ali também ridicularizando o Rodrigo Maia nesse modus operandi.

Pode passar.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É, com o dinheiro público, né?

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - E dividindo por dois.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É.

Aí, eu quero voltar aqui nas consequências desse crime. Em duas postagens eu fui chamada de prostituta, drogada e débil - prostituta, drogada... Eu fico pensando assim, a criatividade dessa gente é grande. E vocês estão vendo que são sempre sitezinhos.

Esse Serei Deboche é um perfil, inclusive, que de vez em quando ataca gente ligada a nós, ao Presidente e tal... Então, eles pegam uma informação que foi criada por aliados e espalham isso para a oposição. Aí, ninguém segura mais, ou para quem nos ataca... A oposição que eu estou dizendo virtual; não estou falando de questão partidária tá, gente?

O Major Olimpo também ali foi bastante esculhambado.

Pode passar.

Aí, alguns dos ataques mais a reputações aí.

Pode passar.

Algumas consequências reais. Eu acho que é bom lembrar que fake news não é piadinha, liberdade de expressão, piadinha, aquela zuadinha; isso é uma coisa, fake news é outra coisa, é crime e tem consequência. "Mulher



espancada após [...] [fake news] em rede social morre no Guarujá". "Polícia investiga grupos [...] suspeitos de incitar suicídio de jovens no Brasil". "Como as fakes [...] levaram um povoado a linchar e queimar dois homens inocentes". Então, a gente está falando de coisas que têm consequências.

Pode passar.

Hoje, o que esses grupos ligados a esses movimentos...

(Procede-se à exibição de vídeo.)

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Movimento Conservador atacando a imprensa.

(Procede-se à exibição de vídeo.)

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - E é engraçado que o repórter da Jovem Pan sofreu a mesma coisa num movimento que foi feito da esquerda e que nós - e eu digo nós, porque eu estava ali do lado - tanto criticamos naquela época, dizendo: "Olha, respeito à liberdade de expressão! Os movimentos de esquerda não podem agredir pessoas!". Agora, os movimentos que se dizem de direita fazem exatamente a mesma coisa que criticavam.

Essas referências, "sapão", "isentão", eles criam para pegar a narrativa.

Pode colocar lá. Prestem atenção nesse vídeo.

(Procede-se à exibição de vídeo.)

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Olha a camisa!

(Procede-se à exibição de vídeo.)

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É interessante notar que há um menor, uma criança ali junto com o grupo, e por óbvio a gente borrou a imagem da criança para proteger, o que aquelas figuras não fizeram.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É, está usando, está usando...



É interessante encaminhar um ofício ao STF, porque vejam, de novo, crítica é uma coisa. Talvez eu tenha sido uma das maiores críticas do Ministro Gilmar Mendes, muitas vezes fiz críticas. Agora, isso? Isso não é uma crítica; isso é uma clara ameaça, uma incitação ao crime e um crime propriamente dito.

Aqui, algumas das pessoas que entraram na lista de...

O SR. JÚNIOR BOZZELLA (PSL - SP) - Isso extrapola todos os limites, Deputada, é lamentável. Esta CPI precisa rapidamente se movimentar em relação a esse assunto, isso é muito grave.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Prossiga, Deputada.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Já estou quase concluindo, gente. Eu peço até desculpa aí por ser longo...

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Não, pode ficar aqui até amanhã, está bom.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Mas, como é técnico, eu quero mostrar para vocês.

E aqui algumas das pessoas que foram consideradas os principais da República, do Presidente e tal, e vão entrando na lista. A lista já está maior. Esta semana já entraram outras pessoas. O Olavo sempre botando uma pilha, o André Guedes está ali também na lista.

Pode passar.

E aqui... Está escrito ali mais de 100 páginas; são 174 páginas que foram autenticadas por um perito, estão assinadas por um dos maiores no Brasil sobre o assunto. Por que esse material foi encaminhado para a perícia? Justamente para não correr o risco de haver montagens que possam desvirtuar esse material e porque, obviamente, muita coisa já foi apagada. Não é que vai ser, muita coisa já foi apagada, mas está resguardado pela perícia técnica. Então, todo esse material também vai ser entregue para vocês com a



confirmação de que cada um desses prints é verdadeiro, assinado por uma perícia técnica.

Pode passar.

E aí o que eu sugiro à CPI? Lamentavelmente, eu não sou membro, mas nós encaminhamos aqui ao Twitter as informações todas do Murilo Defanti e ao Facebook também de toda essa tropa. Também à empresa Twitter Brasil as informações desses dois perfis, o Left Dex e Ódio do Bem. Ao Twitter e ao Facebook para que apresentem informações de toda essa tropa aí usando dinheiro público para atacar pessoas.

Pode passar.

E aqui essa imagem, que é uma das que mais dói no meu coração, porque todos que estão aqui - direita, esquerda, centro - sabem o quanto eu trabalhei pela eleição do Presidente. Essa imagem aqui foi disseminada, acho, pela Deputada Bia Kicis. Quem olha o meu histórico e vê desde quando eu estou nas ruas lutando contra a corrupção, muito antes de Bolsonaro ou de qualquer pessoa, e olha isso aqui... Olha aqui a lista: Delegado Waldir, Joice, Filipe, Olímpio, Dayane, Heitor, Julian, Delegado Pablo, Júnior, Daniel, Marcelo Freitas, Coronel Tadeu. É sério? É sério isso que alguém acredita e dissemina uma coisa dessa?

O SR. MÁRCIO LABRE (PSL - RJ) - Famoso fogo amigo.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Não. É muito mais do que isso, porque aqui, quando mostra a imagem do nosso Presidente da República com uma facada, essa imagem aqui nos compara a um homem que tentou matar uma pessoa. Exatamente nos compara ao homem que tentou matar uma pessoa, que hoje é Presidente.

A SRA. BIA KICIS (PSL - DF) - Não fui eu que disseminei esta imagem, viu, Deputada Joice Hasselmann? Essa imagem com esses nomes eu não disseminei. Isso é fake news.



A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Não, não. Eu falei talvez, Bia. Não... Mas eu tenho uma imagem...

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Prossiga, Deputada!

A SRA. BIA KICIS (PSL - DF) - Mas nesse talvez...

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Eu tenho uma imagem sua com o meu nome e com uma imagem colocada, tá?

A SRA. BIA KICIS (PSL - DF) - Mas é bem diferente.

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Vamos seguir, Deputada.

A SRA. BIA KICIS (PSL - DF) - Não, não, não! É bem diferente, e que já quero esclarecer, porque as pessoas estão assistindo e fica esse talvez, lançando a dúvida. Não fui eu.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Prossiga, Deputada, para concluir.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Essa imagem você disseminou.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Essa imagem com a facada do Bolsonaro você disseminou. Está no seu Twitter.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Então, você apagou, mas eu tenho o print.

A SRA. BIA KICIS (PSL - DF) - Não apaguei. Não é essa imagem. Posso concluir?

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Publica e depois me culpa.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - A pior facada de todas...

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Eu gostaria que os Srs. Parlamentares aguardassem o final da exposição da nobre Deputada. V. Exas. terão tempo para questioná-la.



A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Então, eu quero só que vocês prestem atenção nessa imagem e nesta imagem.

Pode passar.

Isso foi o que nós fizemos para ajudar a eleger o Presidente. Isso foi o que nós fizemos em todo o Brasil. Eu não fiz campanha só em São Paulo; eu rodei esse Brasil fazendo campanha para um homem chamado Jair Messias Bolsonaro.

Eu não sei se o Presidente tem consciência do tamanho da loucura que este gabinete do ódio - e eu mostrei para vocês aqui - produz. Eu não sei. Eu quero crer que não. Agora, é preciso colocar um freio nisso, porque são pessoas - olhem lá - que foram para as ruas, são pessoas que defenderam essa bandeira. Nós prometemos ao Brasil um País decente, mais justo, um país liberal de verdade, conservador nos costumes. Então, há uma trajetória de pessoas que ajudaram, e hoje há toda uma construção de destruição de imagem. Para quê? Por quê?

Então, senhores, eu acho que nós, que nos elegemos com essa bandeira de realmente ajudar o Brasil, temos muito trabalho pela frente. Nós temos de entregar ao País o que nós prometemos, porque nós não entregamos. Me dói no coração quando eu vejo que confunde-se nacionalismo, militarismo com liberalismo. Confunde-se ser conservador com ser reacionário. São coisas diferentes. Liberal é liberal; nacionalista-militarista é outra coisa. Conservador é uma coisa, reacionário é outra coisa. Então, está tudo sendo misturado, e pessoas que têm lutado e que têm histórico de luta pelo Brasil, lamentavelmente, são achincalhadas.

Agora, vocês imaginem se eu não tivesse uma história. Vocês imaginem se eu não tivesse o tamanho das redes que eu tenho, se as pessoas não me conhecem pela minha história. Quantas pessoas já passaram por isso e não tiveram musculatura para reagir, para poderem pelo menos se defender em um espaço para dizerem: "Hei, está errado! Mentira!" Isso é mentira! Eu sempre ajudei, estou aqui do lado"? Então, isso é muito... É grave, mas é triste. É



grave, mas é triste, é de causar tristeza ver essas pessoas todas que estão se passando... Estão tentando colar faixa de traidores nessas pessoas que são pessoas que pegaram essa campanha, o Presidente e os próprios filhos pela mão para ajudar, para trabalhar.

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP. Fora do microfone.) - O Presidente sabe disso, porque foi ele que...

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Prossiga, Deputada. Concluindo, Deputada.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Senhores, eu só quero agradecer a paciência de todos. As sugestões de requerimento estão aí...

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Eu já pedi sete requerimentos.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Imagino que seja algo que interessa a todos a aprovação desses requerimentos, até porque, como eu falei, houve algumas contestações. Eu acho que a verdade interessa a todos. Então, imagino que quem quer comprovar a verdade vote pela aprovação desses requerimentos, para que nós possamos botar um ponto final nessa questão do gabinete do ódio e do dinheiro público sendo usado para isso, e para que nós possamos de fato nos concentrar no que interessa, que é tocar o Brasil para frente.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Vamos dar sequência à nossa reunião.

Convido agora para fazer uso da palavra, para seus questionamentos, a nobre Relatora, Deputada Lídice da Mata.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Deputada Joice, eu queria, em primeiro lugar, solicitar que a senhora confirme que põe à disposição da CPMI toda a documentação que aqui apresentou, além de outros documentos que a senhora disse que detém no seu celular, prints outros. Que possa colocar, mesmo não tendo colocado publicamente aqui, à disposição da



CPMI aquilo que considera que tem de ser sob sigilo. Sob sigilo ficará, como outro processo que temos aqui sob sigilo.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Eu só peço, Deputada, a preservação de conversas privadas com o Presidente pelo respeito à instituição Presidência da República, a instituição. Mas todo documento que tenho e todo o resto que eu tiver será entregue de bom grado, porque foi feito um trabalho bastante minucioso.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Toda conversa com o Presidente pode ser colocada sob sigilo, decisão desta CPMI. O Presidente desta Comissão assim determina.

A partir daqui, nós teremos que tomar algumas decisões, Sr. Presidente, que serão incorporadas na nossa documentação. Mas as declarações da Deputada foram realmente muito fortes e muito graves.

A senhora confirma aqui inclusive a existência do chamado gabinete do ódio, que já havia sido denunciado pela revista Crusoé, a que o Gen. Santos Cruz se referiu aqui como pessoas que trabalhavam com o Presidente da República, indicadas pelo Presidente da República e contratadas por ele. Ele não queria nominar, mas reconheceu aqui os mesmos nomes que a senhora apontou aqui. Mais do que isso, apenas disse que não queria afirmar nomenclatura sobre esse gabinete, etc. Mas a senhora confirmou aqui, portanto, a existência de um grupo de pessoas que, atuando no Gabinete da Presidência da República e recebendo recursos públicos, recebendo salários, têm a função específica de disseminar campanhas de ódio contra adversários e fazer fake news, jogar fake news na rede. A senhora confirma, portanto, aquilo que falou aqui agora?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Eu mostrei, não é?

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Mostrou.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Os prints ficam claros ali.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Exatamente.



Eu queria começar, portanto, apenas...

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Eu só quero deixar claro, Deputada, que essas informações foram passadas a mim. Eu, por óbvio, vou preservar a fonte, mas são informações que... Nós estávamos até agora acompanhando o grupo do ódio; eu não faço parte desse grupo, não estive dentro desse grupo. Demorei para conseguir essas informações, porque é tudo muito sigiloso. Mas até aquelas pessoas que fazem parte entendem - algumas delas - que os limites foram todos estourados. Então, ajudaram nisso.

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP) - Presidente, pela ordem.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Pela ordem, Deputado Rui Falcão.

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP. Pela ordem.) - É só para saber o nome da pessoa que acompanha a Deputada.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Nome da pessoa quê?

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP) - Da pessoa que acompanha a senhora.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Ah!

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP) - Tony Chalita.

Obrigado.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Prossiga, nobre Relatora.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Deputada, apenas para conceituar, porque isso faz parte do nosso relatório, o que para V. Exa. é fake news?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Fake news é uma notícia falsa. É uma notícia falsa manipulada propositalmente para denegrir uma reputação. Nesse caso é disso que estamos falando. É claro que se pode fazer e se faz fake news por vários motivos, mas nesse caso estamos falando de questões políticas.



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Sim.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Então, às vezes, pega-se um pontinho de verdade, distorce-se toda informação e cria-se uma narrativa para denegrir uma reputação, como fizeram naquele caso daquele print.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Para prejudicar e denegrir.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Eu e o Presidente, eu e o João Dória, tentando criar essa narrativa.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Eu fiz aqui uma série de perguntas, Presidente, mas confesso que vou ter de abandonar diversas porque a própria Deputada revelou aqui muito do que nós queríamos lhe perguntar.

Mas eu queria lhe perguntar:

Durante seu período de Líder do Governo, V. Exa. participou de diversas reuniões, discutindo estratégias. Nessas reuniões foram definidas formas de atuação na rede, campanha digital, estratégia de disseminação de informação por meio de disparo em massa? Em alguma delas a senhora participou?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Veja, desde o início da campanha, lá atrás, sempre houve dois núcleos separados. Todo mundo sabe, isso é público, já foi manchete de jornal, que eu não tenho lá uma relação muito boa com os filhos do Presidente justamente pela forma como se posicionam. Então, isso é público, isso não é uma coisa de agora. E, como isso é comandado também por eles, principalmente por eles, eu nunca participei disso.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Pelo Deputado Eduardo Bolsonaro e pelo Vereador Carlos Bolsonaro?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Eduardo, Carlos e assessores. Vai havendo uma ramificação, não é?

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Sim.



A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Deputados Estaduais contratam assessores no Brasil inteiro, e isso vai se ramificando. E gente, obviamente. Nem todo mundo é pago.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Claro.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Tem muita gente que é levada nessa onda.

Agora, na campanha, por exemplo, havia uma mídia... O PSL fazia a mídia normal, e tinha a mídia paralela, que sempre foi o Carlos que controlou, porque as senhas das redes sociais à época do candidato Bolsonaro sempre ficaram de posse do Carlos. E eu estive com o Carlos duas vezes na vida. Uma das vezes, eu levei a Viviane Senna para conhecer o Presidente; eu a havia indicado para ser Ministra da Educação. Então, foi uma das vezes em que eu vi o Carlos.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Eu ia perguntar isso.

Nesse período, como foi sua relação com o Fabio Wajngarten, que é da Secom, e com o Carlos Bolsonaro?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Com o Carlos eu não tinha relação. Eu sempre soube que eles assim me olhavam... Tinha um certo ciúme ali, porque eu sempre tive um contato muito direto com o Presidente e tenho esse problema de dar o nome que as coisas têm. Então, eu não fico passando pano. Então, muitas vezes eu, sim, puxava a orelha na época da campanha, dizia: "Não faça assim. Está errado". Podia até não me ouvir, mas assim foi - e também na Liderança.

O Fabio Wajngarten eu conheci, se eu não me engano, no apartamento do Meyer Nigri, em São Paulo. Ele não tinha absolutamente nada ainda a ver... Era época de campanha, não tinha nada a ver com o Governo, mas era alguém que estava trabalhando pela campanha. Assim, pela relação que eu vi do Fabio Wajngarten antes de entrar no Governo, eu não sei de nada que o desabone. Parece-me que é uma pessoa correta.



Então, eu não tenho informações que desabonem o Fabio Wajngarten.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - De acordo com diversas matérias jornalísticas, no entanto, Fabio Wajngarten e Filipe Martins, assessor internacional do Presidente, têm uma importante capacidade de influência nas decisões do Governo, seja em ações de publicidade, seja em ações políticas. V. Exa. reconhece... Essas pessoas eventualmente são também influenciadas por Olavo de Carvalho? Têm alguma relação?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - O Fabio eu não sei se tem uma relação com Olavo. Só se foi agora, porque num passado recente ele até dizia "Ô, ele é doido, está falando bobagem". Então, só se foi a partir de agora. O Filipe, sim. O Filipe tem uma relação muito próxima com Olavo, foi aluno do Olavo, enfim, dizem que foi uma indicação também do Olavo. Disso também eu não sei. Não sei, porque, com essa área, eu nunca me envolvi muito. O meu negócio era despachar com Casa Civil, na época em que o Santos Cruz estava lá, com o Santos Cruz, com os ministros mais ativos. Essa coisa de ficar fazendo a maldade ali por debaixo do pano, eu não tinha nem tempo para isso. Então, ninguém nunca me propôs nada nesse sentido.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Mas o Filipe...

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Tem muita ascendência, sim, sobre o Presidente.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Tem muita ascendência nas decisões do Governo.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Tem, tem. Nos discursos mais ideológicos, não é? Algumas vezes eu aconselhei até o Presidente: "Presidente, não puxe tanto para o lado ideológico em questões internacionais, pode dar problema para o Brasil". E essa turma ficava dizendo exatamente o oposto: "Não, tem... Não pode convidar embaixador para a posse que não seja de país aliado", aquela coisa toda que é ruim para o País. Então, eu era uma voz discordante ali no meio. O Filipe tem grande ascendência.



O Fabio Wajngarten, no início, não tinha. Mas tem estado muito próximo do Presidente agora.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Sim.

Eu ia lhe perguntar sobre a gangue virtual, mas a senhora já destrinchou tanto sobre ela que eu vou passar adiante.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Um pedaço, não é? A gente tem que investigar mais. Aí é só um pontinho.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Sim.

Em relação aos linchamentos do Deputado Frota, do Gen. Santos Cruz, do Presidente Rodrigo Maia, de outros Parlamentares, há uma série de indícios de que essas ações são orquestradas.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Sim.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Qual foi a sua percepção sobre estes ataques?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Exatamente o que a senhora disse, Deputada: é orquestrado. E orquestrado de forma a viralizar o mais rápido possível, usando essas pessoas que produzem, têm um calendário de produção de ataques, e usando os robôs, numa repetição sem fim; e depois disso alguns apagam os posts, porque isso pode ser de alguma forma rastreado, mas aí já circula pelo WhatsApp, e aí é uma coisa incontrolável. Mas sempre é orquestrado, sempre tem uma palavra de ordem, sempre tem uma orientação. Eles combinam lá no grupo do ódio, não é? Como vocês viram: "Hoje é o Julian. Hoje é a Joice. Hoje é o Governador do Rio de Janeiro". Então, sempre tem alguém dando a ordem, e aí a coisa fica incontrolável.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - A mídia reportou muito sobre os ataques ao Gen. Santos Cruz, que terminaram com a sua demissão, e também foi feita uma exploração de opinião de que haveria sido um grupo com intenção de querer verbas da Secom. A senhora acredita que há alguma ligação e que



esses grupos, essas gangues virtuais também tinham essa intenção de obterem mais verbas?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Olha, eu seria leviana se eu falasse sobre a obtenção de mais ou menos verba. Havia uma reclamação... O Santos Cruz sempre segurou muito o que ele considerava algo imoral ou eventualmente até ilegal, então ele sempre foi muito correto nisso. Eu acompanhei o desenrolar da atuação do Santos Cruz. É claro que essa turma que fica o dia inteiro fazendo isso não faz de graça. Essa turma que fica o dia inteiro fazendo isso, vocês viram, alguns recebem, e por óbvio que tem gente circulando ali, mais gente em torno do dinheiro público. Talvez o ideal fosse pedir todos os contratos de publicidade, mas não só os diretos. Quem as agências contratadas...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - As agências.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - ... subcontratam.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Sim.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Porque talvez aí a gente siga o rastro do dinheiro, porque, na contratação direta, a gente não vai, por óbvio, ter essa informação, mas numa subcontratação... Eu acho que a gente consegue fazer isso pela CPI, e nós conseguiríamos aí ter a verdade sobre isso.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Deputada, a senhora falou que o custo de um disparo é em torno de R\$20 mil. Tem suspeita de quem banca essa despesa?

O SR. HUMBERTO COSTA (PT - PE. Fora do microfone.) - E quantas mil pessoas? Vinte mil para quantas mil?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Para quantas mil, para...?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É porque é depende do número de robôs que você tem, mas é de 15 a 20 mil, a depender...



O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Por robô?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Por disparo.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Por disparo.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Por disparo. Então, uma hashtag paga 20 mil, aí tem o primeiro disparo, e depois vêm os retuítes, os robôs ficam retuitando o tempo todo para fazer...

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Para mil disparos, nós estamos falando na ordem de R\$20 milhões? A senhora suspeita de algum empresário que financia isso?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Não, não, mas veja... Não é... Um robô é capaz de disparar milhares de mensagens, um único robô é capaz...

O SR. ROGÉRIO CARVALHO (PT - SE. Fora do microfone.) - É uma hashtag.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É uma hashtag, mensagem...

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - E o custo desse robô é R\$20 mil? Aproximadamente isso.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - O custo desse robô... É.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Eu quero novamente lhe perguntar: a senhora tem suspeita, já que a senhora conviveu muito tempo junto ao grupo do Presidente, de quem financia isso? Quem financiou no passado e quem financia no presente?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Não, eu não sei quem financia, mas acho que nós temos que seguir o rastro do dinheiro para saber, até, realmente, quem são todas as pessoas envolvidas, quem são as pessoas inocentes ou que não têm dolo no meio do processo e quem são as que têm dolo. Nessa investigação e nessa peneirada, a gente vai encontrar muita gente



que entrou de gaiato, não é? Foi repassando informação, nem sabia o que estava fazendo direito, mas a gente vai encontrar, como eu mostrei para vocês ali, os cérebros de um grupo. Veja que eu tive acesso a um grupo. Eles são organizados, esses grupos, por tamanhos de página, então: Grupo X, quem tem até 50 mil seguidores, aí eles se organizam num grupo. Grupo Y, de 50 a 100 mil. Grupo H, até mais de 1 milhão de seguidores. Então, eles se organizam dessa forma. Eu tive acesso a um grupo.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - A senhora saberia dizer qual a relação da empresa AM4, maior fornecedora da campanha de Bolsonaro, na produção desse esquema?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Que eu saiba, não tinha, porque era... Eu acompanhei alguns estresses na campanha com esse grupo mais fechado ligado ao Carlos Bolsonaro, ao Vereador Carlos Bolsonaro, e ao Marcos... Eu não me lembro do sobrenome, se não me engano era o Marcos o representante da AM4, não vou me recordar do sobrenome dele. Então, eu não me metia muito, mas acompanhei alguns períodos de tensão porque um queria fazer de um jeito, outro queria fazer de outro. Não acredito que eles tenham feito de forma coordenada. O Marcos ficava mais com a campanha tradicional, via PSL, aquela coisa de fazer os vídeos, dar o ar de vitória. Dessa outra parte dos ataques, que eu saiba, o Marcos não participou.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - O empresário Paulo Marinho afirmou publicamente que cedeu sua mansão no nobre bairro do Jardim Botânico, na Zona Sul do Rio, para ser um dos quartéis-generais da campanha de Bolsonaro.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - É verdade. Eu estive lá uma vez. Também é público. Foi quando estive no segundo turno com o Governador João Dória, e o Presidente me autorizou a publicamente ajudá-lo na campanha.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Certo.



A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - *Estava eu, Paulo Guedes, Bebianno, nesse dia, João Doria, o Julian, o Paulo Marinho, e havia um estúdio onde o Presidente gravava na casa do Paulo Marinho, fazia os vídeos.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - *Certo.*

Essa turma, essa gangue virtual, como V. Exa. denominou, eles participavam também lá na casa, eles tinham algum espaço de trabalho na casa ou atuavam fora da casa?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - *De novo, eu estive lá uma única vez. mas, à época da campanha, na produção de conteúdo, o Carlos era muito presente, até mais que o Eduardo, depois que o Eduardo acabou meio que assumindo essa liderança de espalhar informações, enfim. O Carlos era mais ativo, o Carlos acompanhava muito o Jair lá, mas isso eu sei de ouvir da boca do Paulo Marinho, da boca do Bebianno, que depois virou Ministro, enfim, não de ter visto o Carlos lá, porque eu estive uma única vez... E também a gente nunca teve essa relação de proximidade. A minha relação era com o Presidente.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *Sim.*

A senhora, portanto, provavelmente não conseguiria identificar as pessoas que frequentavam a mansão, se estão hoje lotadas no Governo Bolsonaro, no gabinete do Governo, essas coisas, não?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - *Não, não consigo, mas eu acho que o Paulo Marinho consegue.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - *Certo. Ele também está...*

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - *Agora, por exemplo, o Tércio e o Matheus, é sabido que eles vieram da campanha. Se eu não me engano os dois são do Ceará. Eu sei que são do Nordeste.*

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - *São dois Matheus, é, mas o Tércio e o Matheus são do Ceará. Eles já faziam campanha, então eles saíram da campanha para assumir essa posição no Planalto, de assessor, sei lá...*



Além dessa questão do gabinete, eu não sei o que mais eles assessoram ali. Então, por óbvio que acompanharam o Presidente, porque estavam na campanha.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - A senhora fez uma afirmação em passant de que o Vereador Carlos Bolsonaro despachava lá...

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - No Palácio.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - ... no gabinete do Presidente, no Palácio.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Sim.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Se referindo a quê, esse despacho? Ele tomava decisões sobre a comunicação, ia mais além disso? Não é uma coisa estranha alguém que não é contratado despachar no gabinete?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Veja: a ligação do Carlos com o Filipe e os três ali, os dois Matheus e o Tércio, é uma ligação que todo mundo sabia dentro do Palácio que existia, é uma coisa que não é uma novidade, todo mundo sabia que existia. Então, no começo sim, o Carlos esteve muito ali dentro do Palácio, conversando com o Filipe, despachando com o Filipe. Aquele menino Léo Índio também, várias vezes, chegou até um cantinho ali, onde ele ficava com o computador. Em uma das vezes, eu entrei na sala, e ele estava lá.

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP) - Presidente, uma questão de ordem.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Pois não, Deputado.

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP. Pela ordem.) - Essa informação da Deputada é gravíssima. Significa que o filho do Presidente, sem ser funcionário, sendo Vereador no Estado do Rio de Janeiro, despachava no Palácio do Planalto. Essa não é uma informação para ser jogada ao vento. É informação gravíssima.



O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Isso é usurpação.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Só para botar aqui as coisas em seus devidos lugares: o que eu estou dizendo é que o Carlos tinha uma ligação muito grande com o Filipe, uma ligação ideológica...

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Sim, mas ele é filho do Presidente. Então, eu não o vi despachar. O que eu estou dizendo é que todos ali sabem da ligação e da indicação. O próprio Filipe e os três meninos foram indicados pelo Carlos, se aproximaram através desses grupos de campanha na internet e tal. Agora... "Ah, o Carlos tinha um gabinete". Eu nunca vi. Eu vi, em um momento, na sala do Santini, o Léo Índio num canto despachando, e até comentou comigo: "Ah, eu estou sem sala", mas não sei se ele estava fazendo coisa particular, coisa sobre a Presidência...

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - Aliás, o Léo Índio estava aqui dentro agora há pouco.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Estava?

O SR. ALEXANDRE FROTA (PSDB - SP) - E sumiu.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Eu acho que agora é do Senado, acho que agora é assessor de um Senador.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Não, não, não.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Deputada, a senhora...

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Quer dizer, não sei, não é? De repente até pode ter sido, mas eu não sei.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - ... afirmou aqui algo que nós, aqui na CPMI, já tínhamos tratado como organização criminosa, e a senhora usou essa mesma expressão.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Sim.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Essa milícia digital que atacou a senhora compõe uma organização criminosa, no sentido jurídico da palavra,



composta por diversos núcleos. O núcleo político, formado principalmente por altos funcionários do próprio Governo, pelo que ficou aqui dito, pelo Deputado Eduardo Bolsonaro, pelo Carlos Bolsonaro, que são dois Parlamentares, filhos do Presidente da República, e pelo Filipe Martins, que participa desse núcleo político, decisório, que define quem vai atacar, quando vai atacar, aquele cronograma, calendário que a senhora colocou. Esses três participam?

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Sim, eles estão ativamente...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Ligados.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - ... ligados aos grupos criados no Instagram para fazer essas orientações, não é?

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - E, como foi aqui demonstrado, tem um núcleo operacional, com assessores de segundo escalão, de Deputados Estaduais, Federais; um núcleo distribuidor também, que envolve também alguns sites normais, blogues etc.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Sim.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - E um núcleo econômico. Todos queremos identificar quem participa desse núcleo econômico.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Uma parte a gente já sabe - não é? -, que é dinheiro público que vem de Deputados para pagar assessores que trabalham, que são indicados para isso, especificamente para isso; os assessores entram para isso.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Inclusive aquele Deputado Douglas tem... A senhora nomeou ali...

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - O gabinete inteiro.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - ... quase que o gabinete inteiro, mais de dez pessoas, o que significa que nós precisamos ter a presença desse Deputado aqui para que possa explicar essa sua posição.



O que a senhora recomendaria à CPMI a partir de agora como possibilidade para que nós pudéssemos vir a desmontar este círculo vicioso, criminoso, essa organização criminoso, e pudéssemos também chegar a essa questão que ainda está nebulosa, digamos assim, que é o núcleo financiador? O núcleo financiador. Porque nós agora devemos fazer o caminho do dinheiro para chegar até isso.

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Os requerimentos que eu sugeri vão nos ajudar a ter mais informações dessas pessoas que ativamente estavam dentro, estão dentro desse grupo todo. E certamente... Como eu disse para a senhora, eu iniciei um processo de investigação. Tem muito mais para se investigar. Não tem braço para tudo, mas nós descobrimos células no Rio Grande do Sul, no Nordeste, em várias regiões do Nordeste, além dessas de São Paulo, no Rio de Janeiro, aqui em Brasília. Então, tem muito para ser investigado. Acho que ouvir essas pessoas...

Acho importante também ouvir o ex-Ministro Bebianno, que acompanhou muito de perto o modus operandi que se desenrolava ali dentro desse núcleo de comunicação. Inclusive, ele me deu uma informação - e eu estou dizendo essa informação aqui para vocês porque ele falou claramente com testemunha e disse que confirmaria aqui à CPI - de que houve uma tentativa no início, que o Carlos tentou montar uma Abin paralela para que houvesse grampo de celular, dossiês feitos, e isso teria causado um atrito. E o nome foi este: uma Abin paralela. Isso teria causado um grande atrito entre eles. Aí é que a confusão ficou mais pesada.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - O que eu gostaria também...

A SRA. JOICE HASSELMANN (PSL - SP) - Acho que o Carlos também é um nome importante.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Claro.

O que eu gostaria também é de ressaltar a importância desta informação: alguém de fora do Governo tenta formar uma equipe de informação sobre membros do Governo, sobre pessoas, sobre Deputados,



enfim, uma Abin no Governo quer dizer isto: uma agência de informação sobre pessoas do País, algo absolutamente inconstitucional, ilegal e criminoso, um grampo, o que é também uma atividade criminosa. Era isso que eu queria destacar.

Os requerimentos que V. Exa. encaminhou... Nós devemos também definir junto com o Presidente, obviamente, qual o melhor momento de convocarmos esta CPMI para uma decisão administrativa para que nós possamos aprová-los, porque o que foi dito aqui hoje é de extrema gravidade. No que diz respeito a Parlamentares, deve significar inclusive a denúncia desses Parlamentares à Comissão de Ética da Casa, porque o que foi dito aqui é algo de extrema gravidade.”

Depoimento do Sr. Paulo Marinho, realizado no dia 10 de dezembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9511>

“O SR. PAULO MARINHO (Para depor.) - Presidente, muito obrigado; Deputada Lídice, muito obrigado.

Agradeço à Deputada Natália - desculpe, Natália. Agradeço a V. Exa. pela convocação para fazer parte desta CPMI para prestar este depoimento sob juramento de dizer a verdade e acho que essa é, para mim, uma boa oportunidade para esclarecer muitas coisas que foram ditas na imprensa e que não correspondem à verdade. Por isso, então, renovo os meus agradecimentos por esta convocação.

É isso que eu tenho a dizer por enquanto.



O SR. PAULO RAMOS (PDT - RJ) - Presidente...

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Pois não, Deputado.

O SR. PAULO RAMOS (PDT - RJ) - Difícil aqui. Acendeu?

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Acendeu.

O SR. PAULO RAMOS (PDT - RJ) - Quero somente cumprimentar V. Exa., cumprimentar a nossa Relatora, Lídice da Mata, o Dr. Paulo Marinho e somente fazer um pequeno registro que acredito que seja importante, já que o depoente está sob juramento: não só falar a verdade, omitir a verdade também representa uma invasão daquilo que prevê a respeito de comissão parlamentar de inquérito. Se houver necessidade de o advogado esclarecer o Dr. Paulo Marinho, para que a gente possa caminhar aqui, tenho certeza de que a colaboração vai ser excepcional.

O SR. PAULO MARINHO - Posso usar a palavra?

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Pois não.

O SR. PAULO MARINHO - Eu queria agradecer a palavra do Deputado Paulo Ramos, que é um Deputado velho combatente no Rio de Janeiro pelas boas causas e, enfim, fico muito feliz por poder contar com sua presença aqui nesta Comissão e tranquilizá-lo com relação à questão da verdade, não só de dizer, como deixar de omitir qualquer fato que possa ajudar, enfim, esta Comissão.

Obrigado.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Neste momento, vamos iniciar a primeira fase das perguntas e passo a palavra para a Deputada Relatora, Lídice da Mata.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Boa tarde a todos os Srs. Parlamentares, ao Sr. Paulo Roberto Franco Marinho, acompanhado de seu advogado.



Nossa CPMI, Presidente, trata especialmente da prática de fake news e como ela pode ter sido praticada nas diversas campanhas. O nome do Sr. Paulo Marinho surgiu, pelo que li do requerimento, em função de algumas entrevistas dele. Então, eu vou me utilizar dessas referências para fazer as suas perguntas.

Em entrevista para a Jornalista Andréia Sadi, na GloboNews, V. Sa. admitiu haver um QG de comunicação da campanha eleitoral de Jair Bolsonaro, onde foram enviadas mensagens de fake news para grupos de WhatsApp na sua casa. Nesse contexto, pergunta-se: como o senhor se aproximou da família Bolsonaro? Eles o procuraram devido às suas relações políticas ou foi de outra maneira? Ou foi o senhor que os procurou? Que serviços o senhor prestou durante esse período que justificaram sua posição posterior em relação à campanha de Jair Bolsonaro?

Antes, porém, eu queria perguntar como o senhor prefere.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Pergunta, e o senhor...

O SR. PAULO MARINHO (Fora do microfone.) - Eu prefiro cada pergunta...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Cada pergunta. Pronto, assim o faremos.

Ao mesmo tempo, Sr. Presidente, peço que a Secretaria forneça algumas folhas de papel para que, eventualmente, se o depoente sentir necessidade de anotar, se for como eu, que tenho que anotar tudo o que fala...

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - A Secretaria está providenciando.

Então, eu passo a palavra para responder a essa primeira pergunta...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Como o senhor se aproxima da família Bolsonaro? Eles o procuraram devido às suas relações políticas ou o inverso?



O SR. PAULO MARINHO - *Eu me aproximo da família Bolsonaro em novembro de 2017, quando fui procurado pelo meu amigo de longa data que está aqui presente, o advogado Dr. Gustavo Bebianno. O Dr. Gustavo Bebianno era na ocasião o coordenador-geral da campanha do Presidente Bolsonaro, me procurou, perguntando se eu poderia colaborar com a campanha já que ele era o coordenador. O Dr. Gustavo Bebianno é uma pessoa com quem eu mantenho relação de amizade há quatro décadas. Eu o conheci, ainda estagiário, no escritório de advocacia do Dr. Sergio Bermudes, e foi através dele que eu ingressei como apoiador e como simpatizante na campanha do então Capitão Bolsonaro.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - *Que serviços o senhor prestou durante esse período que justificaram sua posição posterior em relação à campanha de Jair Bolsonaro?*

O SR. PAULO MARINHO - *Excelência, para lhe dizer a verdade, no primeiro momento do contato com o Capitão Bolsonaro, o que eu prestei de serviços que tiveram, na opinião talvez dele, algum valor foi de análises políticas do quadro que se desenhava no final de 2017 para a campanha presidencial. Naquela ocasião, o Capitão Bolsonaro tinha um núcleo duro que cabia numa Kombi, e metade da Kombi ficava vazia. E era motivo de piada a candidatura do Capitão Bolsonaro. E, de fato, eu acreditei que, dado o cenário político naquela ocasião, havia uma chance de que o Capitão Bolsonaro pudesse ser o interlocutor de uma parcela importante da população que estava insatisfeita com a situação política naquele momento. E resolvi, enfim, ajudar na campanha.*

E foi por esse motivo que eu, enfim, entrei na campanha do Capitão Bolsonaro. Foi, num primeiro momento, por uma questão de acreditar que ele poderia, de fato, enfim, ser uma pessoa que poderia transformar aquele quadro, aquele cenário que se desenhava ali com as candidaturas que estavam postas ali em novembro de 2017. É isso.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - *Obrigada.*



Sendo assim, a partir dessa relação, que função o senhor desenvolveu na campanha, apenas de emprestar a casa?

O SR. PAULO MARINHO - Deputada, eu fui, primeiro, um apoiador, um simpatizante da campanha, justamente no momento em que não existiam muitas pessoas dispostas a acreditar naquele projeto político. Num segundo momento, eu fui o anfitrião da campanha do Capitão Bolsonaro na minha residência por conta de que, como era uma campanha pobre, não havia nem espaço para que pudesse ter um estúdio de gravação dos programas de televisão, da questão das redes sociais, do PSL. E eu fui anfitrião desse momento, cedendo dois cômodos da minha casa, de um anexo da minha casa, que foram utilizados para, enfim, servirem de base de comunicação da campanha Bolsonaro. Mas isso ocorreu durante os últimos seis meses da campanha, digamos assim, no início, um pouco antes da campanha e até o final da campanha. É basicamente isso.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - O.k.

O senhor, então, emprestou uma parte da sua casa - apenas, retomando - para que fossem realizadas essas atividades de comunicação, praticamente de estúdio de comunicação para a TV e para as redes sociais.

A casa é do senhor ou foi alugada? É sua.

O SR. PAULO MARINHO - Não, eu resido nessa casa há muitos anos, enfim, há pouco mais de cinco anos. É uma casa que eu aluguei no Jardim Botânico, onde eu moro com a minha família, e essa casa tem um anexo, e esse anexo fica distante da casa principal. E até eu aceitei fazer essa generosidade, digamos assim, com a campanha em função de que aquele espaço da casa não iria conflitar com o meu dia a dia com a minha família. Então, enfim, é isso.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Pelo que eu li e vi nas entrevistas que o senhor deu, o senhor desmontou uma academia de ginástica, não é isso...



O SR. PAULO MARINHO - *É, inclusive fiquei um pouco...*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - *... para que lá se preparassem as ilhas de edição, para que fossem lá instaladas?*

O SR. PAULO MARINHO - *Fiquei, inclusive, um pouco fora de forma nesse período, porque não pude fazer os exercícios que normalmente fazia lá na minha academia, mas, enfim, naquela ocasião, era por uma boa causa.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - *Mas o senhor, portanto, como um apoiador...*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - *Ele ressalta o que o senhor disse: que, naquele momento, era uma boa causa, não necessariamente agora?*

O SR. PAULO MARINHO - *Essa é uma pergunta?*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - *Sim.*

O SR. PAULO MARINHO - *Não. Eu digo que era uma boa causa, porque, naquela ocasião, era uma campanha eleitoral; agora é um governo, enfim, é um governo que governa o Brasil, com erros e acertos, como todo governo tem. Mas, para mim, para a minha relação, para a minha questão de natureza pessoal, naquele momento era uma boa causa.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - *Certo. Diante dessa situação, como apoiador, cedendo parte de sua propriedade, o senhor atua apenas como um apoiador que empresta um imóvel ou o senhor atua como coordenador político, operacional, de comunicação? Qual era o seu papel?*

O SR. PAULO MARINHO - *O meu papel, Deputada, era exclusivamente de anfitrião da campanha, e, por óbvio, eu convivi, como era na minha casa, e tive, aliás, o privilégio de viver essa experiência de ter uma campanha presidencial vitoriosa dentro da minha residência. Obviamente, a meu filho, que está aqui presente neste momento, até disse na ocasião: "Meu filho, você tem 24 anos de idade e está vivendo uma experiência única", um rapaz, com 24 anos, assistir a uma campanha presidencial dentro da sua casa e que, depois,*



foi uma campanha vitoriosa e uma campanha, enfim, completamente fora dos padrões da política de até então. Não é?

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Então, essa atividade que funcionava, da campanha, o QG de comunicação que funcionava num anexo de sua casa... O senhor tinha ideia de como era o dia a dia de trabalho, do que acontecia nesse local?

O SR. PAULO MARINHO - Deputada, eu tinha os meus afazeres pessoais de trabalho, enfim, de vida. Eu não ficava o tempo inteiro na minha residência. As pessoas que lá trabalhavam faziam trabalho de comunicação, e eu não ficava ali o dia inteiro. Enfim, vez por outra, encontrava, na minha casa, com as pessoas que lá trabalhavam e conversávamos sobre a campanha, aquele momento da campanha, do futuro da campanha, mas que nada que eu possa me atribuir algum tipo de atuação profissional na campanha. Eu era simplesmente um apoiador.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Na entrevista em que o senhor revelou esse QG e a sua função como um apoiador da campanha e com essa contribuição, o senhor chega a dizer que era lá - se expressa desta maneira - que eram feitas as mensagens, eram distribuídas as imagens e mensagens da campanha. Se não me engano. Há uma pergunta que a jornalista lhe faz, perguntando se o senhor tinha conhecimento de que algumas daquelas mensagens poderiam ser mensagens falsas, ou desinformação, ou fake news, como popularmente é chamado. O senhor, então, sabia? O senhor acho que chega a dizer que, quando era uma coisa engraçada, os senhores passavam adiante. Em que medida isso acontecia, de que forma o senhor chegou a conhecer esse processo de organização dessas mensagens?

O SR. PAULO MARINHO - Deputada, eu vou lhe pedir a permissão de, antes de responder essa pergunta, fazer um pouquinho um histórico de como eu me coloco nesse mundo digital, porque eu acho que isso é importante para a compreensão do que nós estamos falando aqui.



Eu sou uma pessoa que você poderia classificar como analógica: eu não tenho Twitter, eu não tenho Facebook, e no único Instagram que eu tenho eu sigo os meus quatro filhos, porque, hoje em dia, é mais fácil saber da vida dos filhos através do Instagram do que no próprio convívio. Então, eu me considero uma pessoa absolutamente analógica. Então, eu não sou do mundo digital. Portanto, eu não tenho nenhum conhecimento.

Eu gostaria, inclusive, de fazer um reparo, que essa expressão que a senhora, que V. Exa. usou há pouco, de que a minha casa era o QG, essa expressão foi cunhada pela imprensa, que transformou a minha residência num QG, mas, enfim, existiam outros lugares em que se fazia a campanha também, enfim, porque tinha candidatos a Deputados, tinha candidatos a Deputados Estaduais do Rio de Janeiro, a Senadores. Quer dizer, o que transcorria na minha residência era exclusivamente a gestão da área de comunicação que envolvia a rede social do PSL e os programas de rádio e televisão.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Essa expressão "QG" para mim não tem grande importância; ela atuou como uma produtora, como um comitê eleitoral, se o senhor preferir essas expressões. O Quartel General é porque, justamente, as campanhas todas têm um pouco essa característica, não é?

O SR. PAULO MARINHO - Eu compreendo, eu apenas fiz esse reparo para não...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - E, em se tratando de uma campanha de um militar, o capitão, então, QG pega mais fortemente.

O SR. PAULO MARINHO - É mais apropriado. Tem razão. (Risos.)

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - É mais apropriado.

Então, o senhor não sabe dizer se havia alguma orientação oficial ou extraoficial de como se deveria proceder mediante o recebimento de mensagens com conteúdo potencialmente falso? Se as mensagens recebidas, que vocês disseram que passavam adiante, que o senhor chega a dizer, elas algumas vezes foram checadas para ver se eram verdadeiras ou apenas eram



retransmitidas, porque podiam prejudicar o adversário, como é que o senhor viu isso?

O SR. PAULO MARINHO - Deputada, eu vou esclarecer. Eu acho que eu fui convocado pela Deputada Natália, por V. Exa., apenas por uma questão de uma entrevista que eu dei à jornalista Andréia Sadi. Essa é a minha leitura, por conta de que, num dado momento da entrevista, eu menciono, quando ela me pergunta sobre fake news, que aquilo a gente recebia e repassava. O que eu quis dizer ali - e agora é a verdadeira oportunidade de um poder esclarecer isso de forma definitiva - é que, primeiro, dada a circunstância de que eu não sou uma pessoa do mundo digital, para mim, essa coisa da fake news, do meme, isso está na mesma vala. O que eu disse a ela é o seguinte: chegavam, durante a campanha, aqueles memes do capitão com óculos escuros, com aquela coisa da arminha e tal; quando essas coisas tinham graça, tanto de um lado quando do outro, eu repassava, eu, pessoalmente, para a minha rede de WhatsApp, que contém 15 pessoas, é o número de pessoas que eu tenho na minha rede de WhatsApp, de pessoas com quem eu falo com frequência. Então, não tem nenhuma consequência aquilo que eu falei. Agora, óbvio, eu usei, talvez, o momento errado, a expressão errada. Aliás, desculpa, quando eu assisti à entrevista, na mesma hora, eu me dei conta e disse: "Olha, isso aí vai me dar problema, alguém vai entender que isso tem uma conotação que não tem, que não é a verdadeira". Então, além do prazer de estar aqui, neste momento, eu acho que essa é a oportunidade de eu poder esclarecer isso definitivamente, porque vários veículos de imprensa repetiram isso à exaustão, me atribuindo coisas que jamais aconteceram na minha residência. É isso.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Essa pergunta eu faço a todos os que vêm aqui; portanto, o senhor fique tranquilo. Apenas para o senhor: o que é fake news? O senhor já ouviu falar? O que é uma fake news?

O SR. PAULO MARINHO - Fake news, para mim, é você criar uma mensagem na internet, mentirosa, desconstruindo, agredindo alguém, e repassar isso, e que essa coisa fique viralizada. Eu acho que isso é um



atentado, enfim, à idoneidade das pessoas. Para mim, fake news é isso. Ou, então, você... Fake news, por exemplo, um artista famoso, atribuir que o artista faleceu de uma hora para a outra. Muita gente acredita, já aconteceu isso várias vezes. Eu entendo, como fake news, isso.

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP) - Presidente, pela ordem.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Pela ordem, Deputado Rui Falcão.

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP. Pela ordem.) - É praxe aqui que os depoentes, sobretudo aqueles que são convocados, não utilizem o telefone celular durante o inquérito. Ele já está acompanhado do advogado, que é um direito. Eu acho que é praxe não utilizar o telefone celular.

Obrigado.

O SR. PAULO MARINHO - Deputado, como eu não tinha essa informação, agradeço a sua lembrança, e não o utilizarei mais. Queria apenas constar que o Deputado que me acompanha, além de Deputado, Dr. Marlan Marinho, é membro do diretório estadual do PSDB, que eu presido hoje, no Rio de Janeiro. E ele hoje está aqui na condição de meu colega também do PSDB. É só para esclarecer que...

Muito obrigado.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Antes, porém, Deputado Rui, é importante que fique claro que não é nenhum impeditivo o depoente estar com o seu celular ao seu lado. Se no Regimento V. Exa. tiver algo contrário, eu dou minha mão à palmatória.

O SR. RUI FALCÃO (PT - SP) - Ele já cedeu.

O SR. PAULO MARINHO - Não, já cedi, não tem problema nenhum. Com o maior prazer, não tem problema nenhum.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Retorno a palavra à Deputada Lídice da Mata.



O SR. PAULO MARINHO - *Aliás, eu vou pedir, se o senhor me permitir, deixar o meu celular com o meu filho André. Por favor, André, dá uma monitorada aí de vez em quando.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - *Ainda sobre as atividades, como todos nós aqui fazemos campanha, conhecemos os ritmos de campanha, o senhor tendo um comitê eleitoral da comunicação tão próximo do senhor, certamente teria a oportunidade, mesmo com muito trabalho, de sempre passar por ele acompanhando uma campanha que, como o senhor disse, terminou sendo vitoriosa, portanto em crescimento. O senhor ouviu, nesse período, alguma orientação das equipes de comunicação, já que o senhor não estava na coordenação disso, para que não retransmitissem notícias falsas, que checassem essas notícias? Qual foi a orientação que o senhor recebeu sobre isso?*

O SR. PAULO MARINHO - *Eu não recebi nenhuma orientação, porque, como eu não tinha nenhuma participação ativa na campanha, enfim, não recebi nenhuma orientação. Eu responderia V. Exa. dizendo isso: eu não recebi orientação, porque eu não fazia parte do núcleo de comunicação. Eu não sou um expert nesse assunto. Como eu lhe falei há pouco, eu sou um sujeito completamente analógico, eu seria a última pessoa a colaborar com essa campanha que foi tão pautada pelas redes sociais.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - *O senhor disse que o senhor tinha apenas 15 pessoas para quem repassava. Eu só quero dar um esclarecimento, que o fato de ter 15 ou 150 não faz diferença, porque essas 15 podem ser pessoas com influência tal e direcionamento que elas podem fazer o mesmo trabalho de distribuição de uma mensagem falta que 150 ou 250 pessoas. Apenas para esclarecer o que senhor falou, obviamente, sem contestação à sua informação. É apenas para esclarecer.*

O SR. PAULO MARINHO - *Obrigado, Deputada. Muito obrigado. Só para esclarecer também, Deputada, quando eu mencionei essas 15 pessoas, só para ficar também registrado aqui, eram pessoas da minha absoluta*



intimidade, meus quatro filhos, minha mulher, dois amigos. Não eram pessoas que tinham essa capacidade de transformar as informações, viralizar a informação.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - O senhor conhece o Sr. Marcos Aurélio Carvalho?

O SR. PAULO MARINHO - Conheço.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Tem alguma aproximação maior?

O SR. PAULO MARINHO - Tenho. Meu amigo.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Ele também participou da campanha, claro.

O SR. PAULO MARINHO - Ele foi o coordenador da área de comunicação dentro da minha residência.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Ele pertence, portanto, à empresa AM4.

O SR. PAULO MARINHO - Ele é dono da empresa AM4, junto com outros dois sócios. Essa empresa existe há 20 anos. Ele fundou essa empresa com 17 anos de idade. Hoje ele deve ter 34.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - O senhor conhece, portanto, o Sr. Magno Carvalho também?

O SR. PAULO MARINHO - Esse eu conheço menos. É o irmão dele. Mas esse eu estive uma vez com ele. Quem eu conheço de fato é o Marcos Carvalho.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - O senhor conhece também o Sr. Alexandre José Martins?

O SR. PAULO MARINHO - É um outro sócio dele, se eu não me engano, mas também não tenho relação com ele, não. Estive uma vez com ele.



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Todos os três - o senhor sabe, e todos acompanham, sabem também - compõem o quadro societário da agência de publicidade AM4.

O SR. PAULO MARINHO - Exatamente. O Magno é irmão do Marcos e o Alexandre é um amigo de 20 anos deles. Eles formaram essa empresa, como eu lhe falei, em Barra Mansa, no interior do Rio de Janeiro, 20 anos atrás.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - O senhor mantinha antes relação com essa empresa ou passou a manter a partir da campanha?

O SR. PAULO MARINHO - Não, eu conheci o Marcos Carvalho na campanha e passei a ter por ele uma admiração imensa pelo trabalho que ele empreendeu. Eu acho que foi, talvez, o principal responsável pela eleição do Capitão Bolsonaro. O trabalho que ele fez nas redes sociais foi primoroso e eu fiquei tão impressionado com isso que eu cada dia ficava mais convivendo com ele, primeiro pela idade dele, que eu gosto de conviver com gente jovem, sobretudo com o conhecimento dele. Ele é uma pessoa extremamente dotada nessa área. Como é uma área que eu não conheço, como eu lhe falei, porque eu sou um analógico, eu sou um curioso para poder conhecer essas novas tecnologias. E ele é absolutamente um homem diferenciado.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Imagino. Então, o senhor não foi quem levou essa empresa AM4 para a campanha. O senhor, mesmo tendo conhecido ele antes, apenas manteve contato durante a campanha eleitoral?

O SR. PAULO MARINHO - Durante a campanha eleitoral.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - E assim, mantendo esse contato, o senhor decidiu ceder a casa a essa empresa?

O SR. PAULO MARINHO - Não, eu cedi a casa à campanha.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - À campanha, diretamente?

O SR. PAULO MARINHO - Isso. Como a campanha tinha ele como principal articulador da área de comunicação, ele foi para dentro da minha casa com a equipe dele.



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Essa cessão foi uma doação à campanha?

O SR. PAULO MARINHO - Não. Nós tivemos o cuidado de fazer um contrato de aluguel para que tudo isso ficasse muito bem documentado. Isso está na prestação de contas do partido.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - O senhor pode informar os valores desse aluguel?

O SR. PAULO MARINHO - Deputada, se eu não me engano - se eu não me engano, eu não vou afirmar com absoluta segurança porque já faz mais de um ano, mas tem contrato de aluguel que está lá na prestação de conta dos tribunais - foi um valor de R\$8 mil. Mas, de novo, faço a ressalva de que não tenho certeza se foi esse o valor.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - O senhor fez a devida declaração dos valores de sua contribuição, ou seja, do aluguel que recebeu, conforme exige a legislação eleitoral?

O SR. PAULO MARINHO - Excelência, essa residência está alugada em nome da minha esposa e foi ela que celebrou esse contrato com a campanha. Então, eu não tenho essa informação para lhe dar agora.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Está certo. O senhor, depois da campanha, continua mantendo relação com a referida empresa?

O SR. PAULO MARINHO - Mantenho.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Relação profissional ou apenas relação de amizade?

O SR. PAULO MARINHO - Eu tenho relação profissional e pessoal com o Sr. Marcos Carvalho.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Certo.

O senhor disse que custou R\$8 mil o aluguel e que foi declarado na prestação de contas.



Sr. Presidente, da minha parte, o que me interessava perguntar ao depoente era justamente isso, e essa situação da casa, que eu creio que precisa, certamente, ficar legalmente esclarecida. Espero que tenha toda a possibilidade de confirmar esses valores e este contrato de aluguel.”

Depoimento do Sr. Rafael de Almeida Evangelista, realizado no dia 11 de dezembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9512>

“Eu trouxe uma pequena introdução ao meu trabalho para facilitar os trabalhos de hoje. Vou começar falando um pouco então da minha trajetória profissional em relação aos temas desta Comissão, para apontar no que imagino que posso contribuir nesses trabalhos.

Eu quero começar falando um pouco de como eu me envolvi com o estudo do fenômeno da pós-verdade, fake news e desinformação na internet, que são os temas desta CPMI, em especial o impacto desses temas e desses fenômenos para a política e para a democracia.

Como dito pelo Senador, minha formação é em antropologia social e eu trabalho com métodos mais qualitativos do que quantitativos, mas eu tenho interesse específico na relação entre ideias e economia e por temas da economia política.

Já faz alguns anos que tenho estudado as redes sociais e a política, além de me interessar pela dinâmica de lucro das plataformas de internet. Um dos objetivos do meu trabalho é entender a economia dos dados e da atenção na internet, e entender como o escândalo, o sensacionalismo, o ódio e também



as rivalidades políticas despertam a atenção e o engajamento das pessoas nas plataformas. Isso, por sua vez, serve ao lucro das plataformas, que comercializam a atenção e os dados dos usuários.

No ano passado, eu estive fora do Brasil de licença para um período de pós-doutoramento. Foi de fora do País, via notícias e via redes sociais, que eu acompanhei a paralisação dos caminhoneiros. Li sobre como os grupos de WhatsApp estavam sendo usados pelos motoristas para organizarem seus protestos em manifestações. Comecei então a tentar entrar nesses grupos para ver como esse fenômeno se ligava aos meus temas de pesquisa. Eu já sabia da relevância e penetração dos grupos de WhatsApp no Brasil, de como muitas vezes boatos e mentiras, inclusive de teor político, eram espalhados nesses grupos. Também já sabia da dificuldade dos pesquisadores em monitorar a atividade desses grupos de WhatsApp, de modo a saber que tipo de desinformação estaria sendo compartilhada.

A partir de alguns grupos que se pretendiam de caminhoneiros, eu comecei a perceber que havia uma tentativa de entrada de atores políticos nesses grupos. Notei a presença em especial de militantes da direita radical e de atores que manifestavam saudades da ditadura militar e que pediam por algum tipo de intervenção militar.

Além disso, percebi que havia constante formação de novos grupos, além daqueles que já existiam, com links de convites sendo mandados desses novos grupos, enviados aos grupos que já estavam acontecendo. Alguns dos novos grupos já não se colocavam mais como de caminhoneiros, como inicialmente, e eram grupos mais voltados já diretamente para a discussão política.

A partir desse momento, então no início do período eleitoral, comecei a fazer uma pesquisa mais sistematizada. Passei a entrar tanto em grupos de WhatsApp quanto de Telegram. No exterior, eu estava trabalhando em um centro de estudos sociológicos da vigilância e o tema de uso de dados pessoais em eleições é de interesse dessa área de pesquisa.

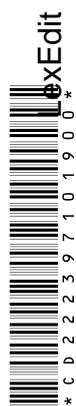


Parte das observações que eu realizei junto com um relato analítico do contexto das eleições brasileiras de 2018 foi apresentada num seminário internacional, em abril de 2019, seminário que teve o tema "Eleições influenciadas por dados" e que procurou refletir sobre o uso de microsegmentação dos eleitores. Esse trabalho deve ser publicado em forma de artigo científico ainda agora em 2019.

Talvez em virtude do modo como foi minha entrada no campo, minha amostragem é quase totalmente feita de grupos de direita ou da extrema direita. Como eu disse, eu entrei nesses grupos que se pretendiam de caminhoneiros e, a partir daí, fui entrando sucessivamente em outros grupos a partir de links de convites. Eu ainda acompanho alguns desses grupos, mas diminuí bastante minha observação hoje.

Das observações que eu colhi nesse meu último ano de campo, eu quero ressaltar algumas coisas que percebi. Eu percebi alta presença de informações claramente falsas e forjadas, frequentemente sendo distribuídas simultaneamente em diversos grupos; alta presença de análises enviesadas ou distorcidas de fatos com o propósito de arregimentar apoio para certos candidatos e correntes políticas; com frequência, os números de telefones dos administradores desses grupos são internacionais, em especial com prefixo dos Estados Unidos; indícios de que esses grupos são gerenciados por uma estrutura única e possivelmente profissionalizada, que incide sobre o fluxo de mensagens nos chats, direciona ataques a pessoas que estão fora ou dentro desses grupos e também indícios de postagens em massa nesses grupos - então, acompanhando vários desses grupos, às vezes eu percebia que as postagens iam se repetindo, embora fossem grupos com temáticas próximas, mas grupos diferentes; manutenção de um controle sobre os membros dos grupos, de modo a que aqueles que se manifestassem contrariamente à linha política fossem expulsos ou atacados.

Essas minhas observações de campo, embora usem outro tipo de metodologia, essa metodologia de bola de neve de entrada nos grupos e muito



mais qualitativa, vão ao encontro do que foi observado por um grupo de pesquisa em ciência da computação da UFMG, cujo trabalho está publicado num artigo chamado "(Mis)Information Dissemination in WhatsApp: Gathering, Analyzing and Countermeasures". Esse grupo da UFMG - e minhas observações batem bastante - monitorou eletronicamente mais de 300 grupos de discussão política no WhatsApp e concluiu pela ação coordenada de diversos desses membros em diferentes grupos, tendo em vista a administração da dinâmica e o fluxo de conteúdos informativos. Então, o que eu percebi pela minha análise qualitativa eles conseguiram comprovar pela análise quantitativa. Um dos pontos avaliados em especial por eles foi o envio de mensagens comprovadamente falsas.

Do ponto de vista dos estudos de vigilância, o meu trabalho de campo com os grupos políticos de Telegram e Whatsapp e a estrutura de ação coordenada, revelada pelo trabalho do pessoal da UFMG, são importantes, porque revelam uma assimetria política invisível a um membro inocente desses grupos de política no Whatsapp. Dando um exemplo, o cidadão entra em um desses grupos imaginando que eles são grupos autênticos em que os membros são todos iguais e são cidadãos querendo discutir política como ele, porém, na verdade, esse membro inocente está sendo monitorado por atores políticos interessados que operam em diversos grupos de maneira coordenada formando uma rede. Esses atores mandam imagens, áudios, vídeos para diversos grupos e buscam conquistar a atenção das pessoas e persuadi-las politicamente. Justamente por achar que os outros membros do grupo são cidadãos inocentes como ele, porque a estrutura de administração e de coordenação desses grupos é invisível, o indivíduo acredita que aquela informação que está sendo repassada está sendo repassada de boa-fé e tende a acreditar nela.

Aí eu quero citar também o trabalho de outra pesquisadora, trabalho feito pela Professora da Universidade Federal de Santa Catarina Letícia Cesarino, que corrobora um pouco essa ideia da confiança que esses grupos passam. Também investigando esses grupos de política no Whatsapp, ela



aponta que os grupos se caracterizam por relações de confiança, esses chats se caracterizam por relação de confiança. Mesmo que os membros desses grupos não se conheçam pessoalmente, como os grupos têm uma arquitetura semelhante a grupos que o usuário já costuma ter com relação de familiares e amigos, essa confiança que ele tem e essa sensação de proximidade de familiares e amigos são repassadas para esse outro tipo de grupo. Então, as mensagens tendem a ser recebidas e repassadas para pessoas do círculo pessoal e viralizam. Eles recebem nesses grupos de política, imaginam uma relação de confiança semelhante a que eles têm com os grupos familiares e repassam dessa mesma forma. Esses grupos de política se aproveitam dessa dinâmica.

Há outro agravante nesse processo todo. No modelo de negócio conjunto das operadoras de telefonia e das plataformas, modelo de negócio que se chama zero rating, a informação recebida em canais como Whatsapp quase nunca pode ser checada pelo usuário. Vou explicar o porquê. As pessoas que assinam os planos de telefonia mais baratos e com pouca franquia de dados terminam, quando essa franquia acaba, confinadas ao Whatsapp. O acesso ao Whatsapp é ofertado promocionalmente de graça pelas operadoras, mas as informações que chegam ali não podem ser verificadas na internet, porque a franquia de dados do plano original que elas contrataram é pequena e acaba rápido. Isso é uma infraestrutura de dados que favorece a desinformação e o espalhamento de notícias falsas, porque o sujeito não tem a possibilidade de verificar a aquela informação.

Eu quero ressaltar ainda um outro fenômeno que eu apurei no meu campo. Há os grupos que se especializaram em fazer um debate político a partir de informações que podem ser falsas ou distorcidas. A eles não importa. E é disso que eu estou falando. Em paralelo a esses grupos, tem emergido também um conjunto de veículos sensacionalistas que se pretendem noticiosos e que construíram uma estrutura para lucrar com a desinformação. São sites na web e canais do Youtube que fabricam notícias muitas vezes de maneira bastante rudimentar, a partir de pedaços de informações coletadas na internet,



embalando tudo de maneira a conseguir alguns clicks ou minutos de visualização dos vídeos. Às vezes, é um vídeo com um texto de título que é malicioso; às vezes, é um vídeo que não passa de uma narração que vai se arrastando por minutos e que inventa uma revelação chocante, que nunca vem e que é falsa.

Os links para esses materiais têm sido distribuídos nesses grupos de Whatsapp e circulam, porque favorecem a visão política dos administradores desses grupos. Os indícios são de que esse material é produzido justamente para isto: para ser viralizado em grupos. O único compromisso desse ecossistema é com a viralização sensacionalista que os grupos políticos proporcionam. O material é feito para circular nesses grupos. Há uma relação de benefício mútuo entre plataformas que conseguem audiência para esses vídeos, indivíduos empreendedores que fazem esses vídeos e buscam lucrar com os clicks produzindo conteúdo de má qualidade, e atores políticos que espalham esse tipo de desinformação. O modelo de negócios das plataformas de internet e seus algoritmos contribuem para esse ecossistema que tem essa perversidade.

Há diversas pesquisas internacionais, em especial sobre o Youtube, que mostram que o algoritmo de sugestão da plataforma favorece conteúdo sensacionalista. É a emoção causada pelo sensacionalismo que desperta o engajamento e faz com que as pessoas fiquem mais tempo visualizando e interagindo com esse material informacional. E esse sensacionalismo favorece a radicalização política e a polarização extremada.

Esta é a análise final que eu queria deixar aqui. Para combater fake news, é preciso olhar para os estímulos econômicos que têm sido criados para a disseminação de notícias falsas, com esses estímulos, no limite, levando à disseminação do ódio na política. Esses estímulos econômicos impulsionam produtores de notícias falsas, de mensagens de ódio e de desinformação. Esses estímulos econômicos distorcidos também estão presentes em estruturas que restringem o acesso amplo à internet - estou falando desse



pacote de dados promocional, como o zero rating, esse modelo de negócios. Essas estruturas fazem com que os consumidores de mais baixa renda só consigam acessar o Whatsapp sem ter meios para conferir a veracidade das informações que recebem. O resultado acaba sendo que as pessoas acabam se relacionando com esses canais do Whatsapp quase como se fossem microcanais de televisão, em que ele vai recebendo aquela informação de graça, vendo vídeos etc., confinadas no Whatsapp por causa dessas práticas de zero rating. Mesmo que os sujeitos tivessem essa disposição de verificar a veracidade daquelas informações se utilizando da internet, isso é impossível, porque o plano de dados deles acabou.”

Depoimento do Sr. Leonel Azevedo de Aguiar, realizado no dia 11 de dezembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9512>

“Sou Diretor do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio. A minha contribuição é exatamente tentar desfazer essa grande confusão que existe entre o que é notícia, reportagem, o que é o jornalismo informativo; o que é opinião; e o que é calúnia, difamação e injúria, que é aquilo que circula pelo Whatsapp. Aquilo que se chama fake news, na verdade, são crimes. É crime de injúria, é crime de calúnia, é crime de difamação. Não tem nada de news naquilo que circula pelas mensagens veiculadas pelo Whatsapp. Não tem nada de news. Isso é uma questão que a gente tem que deixar bem clara, principalmente para os Srs. Parlamentares, Deputados, Deputadas, Senadores e Senadoras. Eu acho que aqui nesta Casa Legislativa é que a gente começa a ter que marcar essa diferenciação.



Essa diferenciação começa, na verdade, no século XIX, na nascente democracia moderna, nas nascentes sociedades democráticas do século XIX, nas sociedades de massa do século XIX, com esse processo de urbanização, com esse processo de avanço das jovens democracias modernas, quando aparece esse gênero textual de conhecimento sobre o mundo chamado notícia. Eu já começo com uma primeira definição em relação à questão do jornalismo. O jornalismo é uma forma de conhecimento sobre a realidade social imediata, sobre a nossa vida cotidiana imediata. É esse o papel do jornalismo informativo. A sua gênese tem a ver com essa questão da realidade social imediata. Portanto, a gente tem essa primeira questão de um vínculo entre as sociedades democráticas do século XIX e o aparecimento do jornalismo informativo. Há uma série de autores, há uma série de historiadores que fazem exatamente essa relação entre a importância do aparecimento dessa forma de narrativa sobre os acontecimentos da vida cotidiana e aquilo que importam para o cidadão, e como isso contribuiu para o avanço da democracia no Ocidente. Eu acho que esse é um primeiro ponto que a gente deve demarcar: que o jornalismo informativo tem, tradicionalmente, historicamente, uma contribuição fundamental, e ele tem uma contribuição premente com o alargamento e com o avanço dos processos democráticos. Eu acho que essa é a primeira questão. O que me deixa bastante preocupado, como professor e como jornalista também, são esses ataques que partem principalmente dos nossos governantes, a começar pelo Presidente dos Estados Unidos, que é um dos primeiros a atacar aquilo que a gente chama dos órgãos de imprensa modernos, como o New York Times, o Washington Post, a CNN, aquilo que nas universidades, aquilo que na escola de jornalismo a gente diz que são os órgãos de imprensa que produzem o chamado jornalismo de referência, um jornalismo que tanto a sociedade civil, os mais diversos setores organizados da sociedade civil, quanto os próprios jornalistas reconhecem como um modelo de se fazer jornalismo, porque é um jornalismo voltado para a questão do interesse público, antes de tudo, para a defesa dos interesses públicos, para a defesa do processo democrático, para a defesa dos direitos humanos, e é um



jornalismo nesse sentido que contribui para isso. É isso que se chama jornalismo de referência. Eu estou citando esses dois jornais norte-americanos, mas aqui no Brasil também a gente pode tomar aquilo que antigamente a gente chamava de grande imprensa e que, na verdade, hoje em dia a gente prefere chamar de jornais de referência, que são as organizações Globo, a Folha de S.Paulo, o Estado de S.Paulo, esses grandes "jornalões", como a gente chama. Portanto, nessa minha perspectiva de historiador, aquilo que eu vejo circulando pelos "zaps", pelas redes sociais, no caso da Folha de S.Paulo... Para nós, pesquisadores e jornalistas, a Folha de S.Paulo não é nem "foice de São Paulo" nem a "falha de São Paulo", é simplesmente um jornal chamado Folha de S.Paulo.

É a partir desse ponto de vista que eu vou tentar sustentar essa minha convicção e essa minha prova de que os jornalistas profissionais não produzem fake news. O jornalismo profissional não produz fake news. Fake news, na verdade, tem uma grande contradição no seu próprio nome, porque, se é news, não pode ser falso. O jornalismo trabalha com o estatuto da verdade.

Quando eu olho para a própria história do aparecimento do curso de jornalismo da PUC, um dos primeiros que surge no Brasil, em 1952 - o primeiro foi o da Cásper Líbero, em 1947; depois, em 1948, a Escola de Jornalismo da UFRJ, e o da PUC é de 1952 -, o curso de jornalismo da PUC nasce ligado, vinculado à Faculdade de Filosofia. Nada mais caro para o Ocidente do que essa invenção dos gregos, 24 séculos atrás, que é a filosofia e a importância de dizer a verdade. Essa é uma invenção grega, essa é uma invenção do Ocidente. Dizer a verdade é um dos pilares de constituição da sociedade ocidental, 24 séculos atrás. Sócrates, Platão, Aristóteles, todos esses tradicionais filósofos gregos tiveram como construção da filosofia, antes de tudo, você - não sei se a palavra é exatamente essa - desconstruir... Eu ia usar a palavra "atacar" a mitologia, a narrativa mitológica, mas na verdade é desconstruir as narrativas mitológicas, desconstruir o mito em favor do discurso do verdadeiro, a verdade contra o mito. Por incrível que pareça, continuamos, 24 séculos depois, travando essa batalha, travando essa luta filosófica que, no



fundo, é uma luta política, como diriam Sócrates, Platão e Aristóteles. A verdade contra o mito - é disso que se trata aqui nesta CPI. Eu espero poder avançar, esclarecer nesse ponto. Os jornalistas profissionais não produzem fake news. O jornalismo profissional não produz fake news.

E aí, quando eu estou dizendo dos jornalistas profissionais, do jornalismo profissional, eu não estou falando só das empresas de comunicação. A gente precisa um pouco alargar essa noção. Sem querer ficar citando nomes de autores, de teóricos, há um teórico francês chamado Pierre Bourdieu, que gosta muito de usar a noção de campo jornalístico, porque ela é uma noção muito mais ampliada. Desse campo jornalístico fazem parte não só as empresas, como a gente conhece essas que eu acabei de citar, e não só essa, que é o polo empresarial desse campo jornalístico... Mas o polo empresarial não é o único polo que existe aí, a gente tem um outro polo profissional, que é o polo dos jornalistas profissionais, que tem os seus códigos de ética, tem os seus modos de atuação, tem o modo de fazer a checagem de fonte. Nós temos, dentro desse próprio campo jornalístico, aquilo que antigamente se chamava de público-alvo e que, hoje em dia, se chamam de audiência ativas. Então, as audiências participam ativamente do processo de construção das notícias, cada vez mais com as redes sociais, cada vez mais com a internet 2.0.

Além das audiências ativas, o antigo público-alvo, nós temos também as fontes de informação, ou melhor, aquilo que antigamente se chamava fontes de informação e que, hoje em dia, se chama construtores da notícia. Portanto, isso que os Deputados, os Parlamentares, qualquer cidadão, hoje em dia, faz, quando vai, por exemplo, para o YouTube e ali faz um ao vivo para dar a sua informação, mais do que uma fonte de notícia, também é neste momento um construtor de notícia. Não é que esteja fazendo jornalismo, não. Quem vai para o YouTube, quem vai para o seu "zap" mandar uma mensagem só está fazendo isto: mandando uma mensagem. Se essa mensagem é caluniosa, se a mensagem tem injúria e se essa é uma mensagem difamatória, é uma outra questão, mas essa pessoa, esse cidadão, seja Parlamentar ou não, se está ali



no YouTube fazendo um ao vivo, não está produzindo jornalismo, ele está dando uma opinião, ele está produzindo uma mensagem, mas não é uma mensagem jornalística, muito menos é uma news, é no máximo um comentário.

Essa é a divisão tradicional do século XIX. O século XIX, nos Estados Unidos - e depois esse modelo foi copiado no Brasil -, fez exatamente essa divisão entre news e comments, entre notícias e comentários. Os fatos são sagrados, mas os comentários são livres. Você pode comentar o que quiser, mas o fato, a linguagem jornalística tem um referencial concreto, tem um referente concreto, que é chamado de realidade objetiva. Jornalismo não é ficção. Jornalismo é uma convenção que a sociedade democrática aceitou e incumbiu uma determinada categoria profissional de realizar esse processo de mediação. Que processo de mediação? O processo de mediação entre os conflitos e as disputas de interesses que existem em toda a sociedade democrática. Não existe sociedade democrática sem disputa de interesses e sem conflitos, os mais diversos tipos. Essa é a marca da sociedade democrática. E os jornalistas são esses profissionais a que as sociedades democráticas, desde o século XIX, outorgaram, delegaram essa função jornalística, a função de serem mediadores sociais. Eles vão lá, eles ouvem as mais diversas fontes de informação, eles ouvem os contraditórios e ali eles sabem exatamente realizar um balanço daquelas mais diversas posições que disputam determinados interesses e conflitos, e é óbvio que o jornalismo tem um lado quando ele vai produzindo a matéria no final. O lado do jornalismo é sempre o lado da democracia, é o lado da defesa dos direitos humanos.

O jornalismo consegue ser isento, imparcial e objetivo, mesmo assim, a partir dessa tomada de posição, que é a sua gênese. A gênese do jornalismo é democracia, mais democracia; é defesa dos direitos humanos; é estar sempre ao lado da sociedade civil contra os governos, gostem os governos dessa posição ou não do jornalismo. O jornalismo informativo é isto: é a sociedade contra o governo, e o jornalismo assume... O jornalismo informativo, não é? Eu estou tratando aqui da notícia e da reportagem, esse gênero textual. Eu não estou falando de opinião. Opinião é aquilo que está consagrado até no ditado



popular: os fatos são sagrados, a opinião, os comentários são livres, cada um comenta aquilo que quiser e responde na forma de lei se aquela pessoa se sentiu atingida por aquele comentário ou por aquela opinião, na forma de injúria. Além disso, eu queria dizer também que, além desse polo empresarial, esse polo profissional, as audiências ativas, os construtores da notícia, a gente sempre teve, dentro desse campo jornalístico, a imprensa alternativa, mais antigamente - hoje se chama de midiativismo, midialivrisimo, temos as agências independentes de jornalismo desenvolvidas por profissionais, temos os blogues jornalísticos, temos também os sites jornalísticos.

Enfim, sintetizando, o jornalismo é lugar de produção de informação jornalística, de notícia. O jornalismo profissional não produz informações falsas, não produz fake news. As redes sociais é lugar de formação de opinião, é lugar de produção de comentários. Os comentários são livres. O grande problema para a democracia é que, nas redes sociais, em vez daquilo que se diz no popular, contra fatos não há argumentos - eu acho que isso eu aprendi com o meu avô -, é o contrário: contra argumentos não há fatos. Eu acho que isso é o grande perigo que existe para a democracia, tanto para a democracia brasileira, quanto para a democracia norte-americana, quando os Presidentes passam a atacar os jornalistas profissionais e o jornalismo profissional, fazendo essa acusação de que esse modelo de jornalismo, jornalismo profissional, jornalismo investigativo, produz fake news. Não produz fake news. Os jornalistas produzem simplesmente notícias e reportagens., calúnia e difamação.”

Depoimento do Sr. Diogo Rais Rodrigues Moreira, realizado no dia 11 de dezembro de 2019

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço



eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9512>

“Toda a minha formação jurídica é voltada para direitos políticos, mas, nos últimos 13 anos, passei a estudar tecnologia, pois acreditava que a política poderia encontrar na internet um grande espaço de atuação. E, aí, passei a estudar o chamado Direito Eleitoral digital. Tive bastante orgulho de ter coordenado o primeiro livro desse tema aqui no Brasil.

Nos últimos quatro anos, passei a estudar desinformação on-line - um pouco antes de ela ter o apelido de fake news também - em que a gente estudava muito a desordem informacional, mas sob o ponto de vista do Direito focado nas eleições, mas isso acabou se estendendo.

Então, de toda forma, minha tentativa de colaborar aqui é sob o ponto de vista regulatório e focado a partir das eleições, mas um pouco para além delas.

Esse tema tem me trazido enorme preocupação, mas também várias alegrias, como a oportunidade de conhecer estudos da área e de também conectar com outras experiências acontecendo em vários outros lugares do mundo.

Eu queria chamar a atenção um pouco aqui sobretudo ao trabalho da Organização dos Estados Americanos a respeito do tema. O Prof. Leonel já trouxe a respeito da Comissão Europeia. Eu só vou fazer esse contraponto.

A Organização dos Estados Americanos, a OEA, criou a Relatoria Especial para a Liberdade de Expressão, que é conduzida pelo Edison Lanza, e tem feito um trabalho muito interessante a respeito da liberdade de expressão e, sobretudo, do diálogo político, olhando para o ambiente digital.

No passado, em julho, eu fui observador internacional das eleições no México, para estudar como fake news poderiam aparecer por lá, e, neste ano, a Organização dos Estados Americanos chamou professores de vários países,



para que pensassem quais seriam algumas diretrizes razoáveis para a regulação desse fenômeno.

Então, eu acho que a primeira notícia é que não estamos sozinhos; é um fenômeno global. E isso, ao mesmo tempo, não é bom, porque, quanto mais global, talvez mais incidente esse fenômeno.

Naquela ocasião da OEA, eu pude apresentar um estudo de caso das eleições brasileiras, que foram as eleições de 2018, e trazer um pouco do que eu tenho visto a respeito do aspecto jurídico-eleitoral do tema. E aí uma das diretrizes que acabou sendo discutida e aprovada lá - isso já está disponível, está na internet o Guia de Combate à Desinformação, Guia da Relatoria de Liberdade de Expressão... Eu não sei se há um espaço em que eu possa deixar o link do estudo para quem tiver assistindo e se interessar; e também, se alguém quiser, eu posso postar no Instagram ou em algum outro acesso em que a gente consiga se conectar.

Mas, nesse Guia de Combate à Desinformação, dentre as diretrizes, algumas delas se referem muito ao que a gente está discutindo aqui, a este tema específico de como regular e como entender esse processo da desinformação no ambiente político e fora dele.

Eu queria chamar atenção para dois pontos e falar um pouco a respeito deles. Um ponto é sobre qual é o tamanho da responsabilidade das plataformas pelo conteúdo de terceiro e qual é a dificuldade de tratar desse tema; o outro ponto é a respeito da utilização da lei penal, do Direito Penal para cuidar desse tema.

Diante da responsabilidade das plataformas, uma das recomendações é que as plataformas não sejam de forma automática responsáveis pelo conteúdo de terceiro, por uma razão, por uma indicação: as plataformas não fazem um filtro de quem será o usuário; ela tem lá os requisitos para se ingressar naquele espaço, mas os conteúdos são próprios e de cada um, de tal forma que, se as plataformas forem incentivadas a retirar conteúdo sob pena de responsabilização pelo conteúdo de terceiro, talvez abra-se um ciclo de



responsabilização porque, ao mesmo tempo, quando se dá a responsabilidade para alguém, antes disso você dá poder; eu não posso responsabilizar alguém que não tenha o poder de fazer aquilo pelo que eu o estou responsabilizando. Daí o perigo de, na dúvida, as plataformas removerem, e a gente ter... Porque a gente não pode se esquecer de que estamos numa situação extremamente grave, mas, diante dela, está a liberdade de expressão, que também deve ser, de alguma maneira, compatibilizada ali.

Outra questão é a questão do Direito Penal, do quanto é difícil regular isso. Dentre as perguntas da Deputada Lídice da Mata sobre o que é fake news, é extremamente difícil conceituar fake news, porque é difícil saber o que você espera que seja fake news. E você pode falar: "Então, não tem regra?" Na verdade, eu acho que há uma grande expectativa dessa expressão e é uma expressão totalmente infeliz. Eu acho que o Coronel comentou e o Rafael também que, se é fake, não é news; se é news, não é fake. Não existe notícia falsa porque esse conjunto... Não tem como. É um paradoxo. Se é notícia, não é falso; se é falso, não é notícia.

O que eu tenho estudado sobre isso e com o que eu, de alguma maneira, queria tentar colaborar aqui para iniciar o debate e ficar à disposição para que a gente possa conversar a respeito: qual seria, talvez, uma das estratégias para a gente combater esse desafio? Qual é o grande problema? O grande problema é que a desinformação bagunça nossos parâmetros de verdade, e, com base nela, nós tomamos decisão. A tomada de decisão é com base nisso. Então, se você acreditar, como eu, que acreditei hoje que meu voo sairia no horário... Era para eu estar aqui bem cedo. Se você partir dessa premissa, o resultado pode ser completamente oposto ao que você esperava. Então, basear-se nessa desordem informacional pode viciar a sua vontade, ou seja, a desinformação é também um problema de liberdade, de liberdade de escolha, da sua liberdade de escolha. Então, é neste cenário que eu acho que a gente tem que desenvolver.



É muito comum identificar fake news e muitas vezes ela acaba sendo resumida à mentira. Eu tenho bastante restrição a esse conceito ou a essa ideia, porque eu acho que mentira é um dos elementos da desinformação, mas não é o único e talvez nem seja o principal, pelo menos para a atuação jurídica, porque eu realmente acredito, sobretudo no âmbito jurídico, que o Direito, quando ele procura punir a mentira, ele não pune a mentira como um fim em si mesmo, mas, sim, como um meio para atingir um outro lado que é o dano. Então, me parece que o Direito é ferramenta para regular e trazer um respeito ao objeto tutelado, para que ele não sofra um dano, ainda que potencial, um dano potencial, um dano efetivo, um dano difuso ou dano individual, mas não me parece que o Direito deve regular a verdade e a mentira. Eu acho que isso está muito mais um campo da moral e da ética. E eu não acho que o Direito seria capaz de resolver essa questão. Eu creio que nós somos mentirosos, e somos desde sempre, menos eu, e que a gente deveria, de alguma maneira, entender esse fenômeno para além desse dilema de mentira.

Eu penso que dois elementos muito importantes para que o Direito se envolva é o dolo e o dano. A vontade de enganar e de produzir efeitos; e o dano provocado, ou com potencial de ser provocado.

E daí uma das grandes questões, porque talvez a gente poderia... Eu tenho emprestado muito ideia de que a desinformação, fake news é a mentira que tem a estética da verdade. Ela empresta a estética jornalismo, que goza de credibilidade, para tentar colocar aquilo como se verdade fosse. Mas talvez a maior dificuldade de definir isso em abstrato é identificar a verdade em si. Primeiro, porque, quando a gente vai procurar regular conteúdo, falar do conteúdo, existe um outro elemento fundamental para que a gente entenda o que é esse conteúdo que é o contexto. O conteúdo e o contexto são indissociáveis. E você tem situações em que um elogio, dependendo do contexto, vira uma ofensa.

Eu tenho usado um exemplo que é um exemplo bem ruim, mas é o único de que eu me lembro agora, que é o seguinte: imagine uma eleição em que um



adversário, num debate, vira para o outro adversário e fala: "Olha, você é apenas mais um rostinho bonito aqui". Essa palavra "bonito", que é um elogio, se transforma numa ofensa e num sinônimo de incompetência, num sinônimo de incompetência! E aí, imagine, no final da eleição: "E aí vocês votarão no 'bonitão'?". Essa palavra é essa expressão que parece ser um elogio vira na verdade uma ofensa. O contexto é fundamental para se entender o conteúdo.

Então, como regular ou tratar essa questão? Me parece que o caminho é a gente entender qual é o espaço em que a regulação pode atuar e como tratar essa questão talvez muito mais diante do fenômeno da massificação do que do conteúdo em si. Não que eu ache que o conteúdo não seja importante, mas eu penso que o conteúdo é parte do processo e que não é, por meio da legislação ou do Judiciário, que a gente vai punir os mentirosos por si sós. A mentira parece que, quando ela é alvo do Direito, é ela como instrumento, como meio, e não como um fim. O Direito não seria o árbitro da verdade ou da moral para isso.

Então, talvez, a gente poderia entender que há, talvez, três eixos de atuação. Uma das coisas que eu tenho discutido muito é: como resolver isso? Eu acho que a gente precisa dar um novo passo. E eu acho que essa tarefa... Quando a gente entende desinformação como ofensa - porque ora ela é e ora pode não ser... Por exemplo, vamos supor que eu seja um candidato e diga que "olha, eu construí dez escolas" e monto - ou o pessoal que trabalha comigo - fake news, dizendo que eu construí tanta coisa... Aquilo não está falando mal de mim: está falando bem. Mas tem um impacto político também.

Quanto ao aparato jurídico da ofensa, como os professores já disseram muito bem, nós temos todo um conjunto de proteção: proteção contra a calúnia, injúria, difamação... Então, parece que, talvez, a gente devesse olhar a desinformação como um gênero, no sentido de que pode ser positiva ou negativa - ou seja, aquela que fala bem ou que fala mal -, mas o que têm em comum? É o engano, o engodo. E, aí, talvez esse engano, esse cenário, talvez funcione, para a gente poder enfrentar o tema.



Qual seria, talvez, um dos caminhos? Eu tenho falado que tenho pensado numa solução que seja multissetorial. Eu acho, justamente, que fake news é um grande problema, é um grande desafio, justamente porque ela é fragmentada, difusa e vem de tudo quanto é lugar. Porque a solução teria que ser de um lugar só, fazer isso e resolver, e parece que a gente deveria ter diversos olhares para esse fenômeno e tentando o que eu venho dividindo em três eixos e com base em toda essa produção que já foi feita, tanto nacional quanto internacional: a ideia de prevenção, educação e repressão.

Quanto à prevenção, eu tenho citado um exemplo que, para mim, tem funcionado muito e eu espero que produza bastantes efeitos, principalmente na próxima eleição, que é o do desempenho do Tribunal Superior Eleitoral, ao criar um portal de combate à desinformação.

Hoje, se os senhores olharem o portal do TSE, ele tem um portal específico de desinformação.

Então, você tem mitos e verdades sobre a própria Justiça Eleitoral, você tem jogos, você tem livros, vídeos, e um conteúdo em que a Justiça Eleitoral, como instituição, previne-se de fake news, de desinformação, trazendo a verdade sobre si. Não que ela montou um portal para ser o árbitro da verdade para todo mundo, mas para ela, como instituição. Ela explica como é feita a urna eletrônica, quais são os processos e tudo o mais. Esse é um exemplo em que eu acho que a prevenção tem funcionado muito bem e deveria, na minha opinião, se estender muito mais.

A educação. A educação midiática é o grande tema. Qual é a pergunta para se solucionar desinformação, fake news? Eu realmente acredito na educação midiática. O que todos os meus colegas fazem eu também tento fazer. Dentro desse meu escopo, a gente tem, na Universidade Mackenzie, um curso de combate à desinformação, em que os alunos atuam, e eles checam o conteúdo, para entender esse processo, junto com o Direito e o jornalismo.

Então, a educação é a grande chave, porém ela leva muito tempo e depende de toda uma mudança cultural e estrutural. E a pergunta é: o que



fazer até lá? Parece-me que a educação pode ir prosseguindo, enquanto também haja, de alguma maneira, este outro eixo, o da repressão.

Ao falar em repressão, a gente precisa imaginar esse cenário sem atingir diretamente o cidadão no âmbito da sua liberdade de expressão. E aí eu venho pensando que talvez a gente poderia pensar muito mais no comportamento do que no conteúdo em si, se aquilo é falso ou verdadeiro. Talvez processar o senhor de Pindamonhangaba que acreditou em um fake news e colocou lá não seja melhor caminho, porque uma das características muito curiosas desse fenômeno é que o agente propagador muitas vezes é também a vítima, e há uma fusão entre agente e vítima. E daí eu penso que talvez, se pensarmos em algum tipo de repressão, é interessante pensá-la na forma do comportamento de massa. Talvez o maior perigo seja esse conteúdo, mas esse conteúdo orquestrado e esse conteúdo propositadamente criado não para trazer a mentira, mas, para além dela, bagunçar o parâmetro da verdade, porque hoje a gente vive num ambiente digital, assim como no real - não há mais dois mundos, é um mundo só, ele é híbrido. E, quando a gente vai pesquisar alguma coisa, se estiver todo mundo falando sobre aquilo, talvez você tenha a grande sensação de que aquilo seja verdade. Talvez, se você estiver em grupos de WhatsApp que dizem as mesmas coisas, você tenha a sensação de que seja verdade. Então, muito pior do que o conteúdo em si - porque a gente não vai reabilitar a mentira da humanidade - seja esse comportamento de massa e propositado, com a intenção de enganar. Aí que eu acho que talvez a repressão poderia olhar esse ponto, mas sem se desviar da liberdade de expressão.

Era isso que eu queria falar nessas considerações iniciais. Agradeço a vocês e fico à disposição para aquilo que pudermos debater a respeito.”

Depoimento do Sr. Hans River do Rio Nascimento, realizado no dia 11 de fevereiro de 2020



Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9612>

“A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Boa tarde a todos, aos Srs Parlamentares que compõem esta CPMI, ao Sr. Hans River do Rio Nascimento, que aqui depõe como testemunha, e a todos que nos acompanham.

Sr. Hans River, com quem o senhor trabalhava quando ingressou com a ação trabalhista?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Eu entrei para trabalhar com marketing numa empresa chamada Yacows, que era ali na Nove de Julho com o Barbacoa, ali naquele trecho. E quando eu entrei para fazer o trabalho de marketing foi passado que a gente tinha que fazer as campanhas políticas e junto com as campanhas políticas campanhas de mercado, outras situações de marketing de toda a localidade do País.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - A sua função dentro da empresa?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - A minha função era operador.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Operador. O senhor não trabalha mais nela?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Não, não, não!



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Como o senhor foi contratado? Foi indicado por alguém? Foi selecionado?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Então, eu moro na Vila Leopoldina, um bairro burguês da zona oeste de São Paulo, e quando eu estava transitando pela Avenida Imperatriz Leopoldina tinha uma placa que estava contratando, a empresa Yacows. E eu entrei no escritório, que era um escritório de advocacia, e me passaram para fazer uma entrevista com a Flávia. Estavam o Lindolfo e a Flávia fazendo a entrevista e mais um outro representante da empresa. E quando foi feita a entrevista me perguntaram se tinha problema de eu fazer marketing político e marketing de outras situações. Conversando com a própria Flávia, porque a entrevista foi com a própria Flávia na época, com isso, a gente acabou tendo uma situação de ela me contratar naquele momento.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Certo.

Qual o período em que o senhor trabalhou?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Exatamente eu não vou saber te responder, não, viu? Exatamente, data, período exato, exato, exato, eu não vou saber te responder.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor sabe dizer pelo menos o ano em que trabalhou? Quanto tempo o senhor passou na empresa?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Quando Lula entrou preso, eu já estava trabalhando nessa empresa.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Eu quero saber a data.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Tinha uma semana, duas semanas.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Eu preciso que o senhor diga o ano de forma objetiva. O senhor está depondo como



testemunha. Então, se o senhor puder responder de maneira objetiva... O senhor não está sabendo dizer sequer...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sr. Presidente...

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - A palavra está com a Relatora, e a Relatora tem que fazer o seu questionamento. Eu gostaria que os nobres Parlamentares dessem esse crédito para que a Relatora não fosse interrompida. E cabe ao depoente lembrar o ano, pelo menos, em que ele começou a trabalhar.

O SR. PAULO RAMOS (PDT - RJ. Pela ordem.) - O depoente não pode, antes de responder, consultar o advogado. Ele não pode.

A SRA. CAROLINE DE TONI (PSL - SC) - Presidente, acho que tem alguém querendo substituí-lo.

A SRA. CAROLINE DE TONI (PSL - SC) - Presidente, tem alguém querendo substituí-lo.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Com a palavra o Sr. Hans.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Se eu puder responder...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sr. Presidente, um minuto.

O SR. PAULO RAMOS (PDT - RJ) - O advogado sabe do que eu estou falando. Como advogado, ele sabe que não pode prestar o depoimento pelo depoente.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Presidente, eu peço...

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Com a palavra a Relatora.



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *Eu peço a V. Exa. que garanta que nós possamos fazer a inquirição sem interrupção e sem interrupção dos Srs. Parlamentares sobre aquilo que eu vou perguntar, até porque eu cumpro o Regimento da Casa e o Código de Processo Penal, que indica como fazer essa inquirição.*

Eu pergunto de forma objetiva. Se o depoente, se a testemunha não sabe responder, ele diz "não sei responder". Basta isso. Eu não estou obrigando ninguém. Apenas lhe perguntei se ele saberia dizer em que ano foi contratado para trabalhar e em que ano saiu do trabalho. Acho que é uma pergunta muito simples.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - *A resposta está aqui, porque eu trouxe até o processo.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *Ótimo.*

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - *Foi em 2018.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *Em 2018.*

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - *Em 2018. Porque o período em que eu fiquei na empresa não foi um período muito longo, e eu saí da empresa por não pagamento do que foi combinado.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *Certo.*

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - *Entendeu?*

Tanto que eu até entrei com recurso na Justiça para reaver as horas extras que haviam sido combinadas, o que não aconteceu, entendeu? Então...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *O senhor dá um depoimento, em jornal, de que havia um cadastro no seu trabalho. Eram feitos cadastros, houve disparos excessivos e que esses cadastros, que eram usados nesses cadastros CPFs de pessoas idosas para os disparos em massa. Como*



o senhor ficou sabendo dessa informação de que aqueles CPFs usados eram CPFs de pessoas idosas?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Na realidade, esse caso é um caso muito complicado, porque... O que era trabalhado ali na empresa? A empresa... Você tinha o seu computador, e junto com o computador você colocava quatro ou cinco celulares emparelhados. Então, você abria o WhatsApp, você colocava o WhatsApp, fazia o cadastro do WhatsApp, você pegava um chip da TIM, da Vivo, da Claro ou da Oi ou números internacionais e você cadastrava no CPF que eles passavam, que a própria empresa passava.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Por que números internacionais?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Quando não se tinha chip funcionando, entendeu? Ou quando tinha muita demanda de propaganda, porque era uma época intensa de propaganda política, de algumas pessoas principalmente que estão aqui, então tinha muito disparo para se fazer naquele mailing e, no caso, "ah, o chip não está funcionando, não subiu", "ah, então vamos pegar número internacional". Aí pegava número internacional de uns sites E eu até trouxe também alguns conteúdos aqui que comprovam isso que eu estou dizendo. Antes de eu sair da empresa eu até tirei uma foto a respeito disso aí.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Exatamente. A foto que o senhor tirou e que apresentou na sua ação trabalhista não pode ser apresentada aqui por se tratar de um documento que está sob sigilo.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor. Fora do microfone.) - Porém...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Espere aí, um segundo.



Por isso, eu não vou lhe pedir que mostre esse documento, mas, se for necessário, posteriormente, o Presidente vê que medida tomar. Nós temos tempo para que o Presidente reflita sobre isso.

Eu quero lhe perguntar mais algumas coisas. Em que local funcionava a empresa?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - A empresa funcionava ali na Nove de Julho com a Renato Paes de Barros, bem de esquina. O prédio ficava...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor sabe dizer se mudou de endereço?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Não. Antes de eu sair da empresa, ela mudou para Santana, ali perto do... Você sai da estação de Santana, a primeira travessa da Voluntários da Pátria. Eu não vou lembrar agora o nome da rua. E, depois disso, eu não sei, porque eu já não estava mais lá.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sabe dizer como foram contratados e produzidos disparos em massa?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Olha, a quantidade de funcionários que havia na empresa em si e a quantidade de celular em que cada um ficava trabalhando... Assim, a quantidade era muito grande, era grande mesmo.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor tem ideia se eram 200, 300, 500?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Não, não, não. Eu estou falando de muito, eu não estou falando de pouco. Era muito celular.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Não, eu estou perguntado de funcionário.



O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Funcionário, havia em três períodos. Eu era contratado... Eu fui contratado para o período da madrugada, das 10h às 6h da manhã. Havia o horário das 6h da manhã até as 2h e o horário da tarde. Então, pelo menos no meu horário, dava umas 500 pessoas. Eu acho que até um pouco mais. Nos outros horários, eu acho que dava por volta disso.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O seu horário o senhor ultrapassou diversas vezes?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Nossa, porque eles combinavam com todos os funcionários: "Ah, você vem fazer hora extra e a gente paga o dobro para você". Então, o que era o dobro? Era 2 mil, 3 mil. Então, era conveniente para todo mundo. Todo mundo dormia na empresa e morava na empresa. Tanto que você vê que há fotos que eu tirei a respeito disso que mostram como era a área da cozinha, a área do banheiro; e havia gente até deitado no chão quando eu tirei as fotos.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Nesse processo, há referência de alguns telefones no texto do processo. Eu queria ler esses números - são poucos - para que o senhor verificasse se o senhor se lembra a quem pertence esses telefones. São todos telefones de São Paulo; portanto, o DDD é 011. O primeiro número é 98915-5543; o outro é 98532-0336 e o outro é 98608-8432. O senhor lembra se...

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Esses números aí, você está falando de Flávia, Lindolfo e tinha um que era diretor. Qual era o nome dele? Menino do céu... Era um cara...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Então, esses números, segundo o senhor, pertencem aos proprietários da empresa, a Sra. Flávia e a Lindolfo Alves?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Havia um grupo de WhatsApp que era da diretoria. Então, quando eu saí da operação e subi para a chipeira, que era nada mais, nada menos que você ter um



acessório em que você colocava o chip, eram aqueles modems antigos que havia antes... Você colocava os chips enfileirados e via se eles tinham sinal. Quando eu subi para a chipeira, eles precisavam conversar comigo para falar: "Mas tem que fazer uma campanha, está atrasado isso daqui, está atrasado aquilo ali". E fizeram esse grupo. Todo mundo que está nesse grupo... Eram dois grupos em que havia o pessoal da diretoria e os donos e havia aquele grupo que era a massa todinha, a massa do horário da madrugada e tudo mais.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Mas o senhor ficava na massa da madrugada ou o senhor estava entre um grupo mais seletivo?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Eu estava nos dois.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor estava nos dois?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Nos dois.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Então, quando o senhor fala: "Filipe e Yacows, chipeira se refere a quem?"

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Esse Filipe que era o que tinha um cargo maior do que o meu. É desse que eu estou falando para você. Esse é o Filipe.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Peço ao Deputado para contribuir com o depoimento.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Tanto que foi ele que me rebaixou de cargo quando eu estava lá, quando houve a situação de não haver nenhum chip funcionando para fazer os disparos de algumas campanhas políticas.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sim.



O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - *Eu estava sentado no 10º andar, andando para cá, andando para lá, sem saber como ia resolver, eu falei: "E agora?". Com esses trâmites aí, eu coloquei duas pessoas em cada janela do prédio - ficou um desse lado e o outro do outro lado -, conseguiram sinal e fizeram toda a campanha política daquela data e daquela semana. Eu comentei nesse grupo aí e já me mandaram para o 7º andar. Falaram assim...*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *Certo.*

A Folha de S. Paulo, naquela matéria em que o senhor deu entrevista, afirma que o senhor teria encaminhado a eles uma lista de 10 mil nomes dessas pessoas, além de fotos com caixas, com chips e salas cheias de computadores ligados a diversos celulares e chipeiras, equipamentos que usam chips de celulares para imitar WhatsApp e fazer disparo. O senhor poderia encaminhar esses documentos para a CPMI?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - *Só um detalhe: eu não encaminhei nada para a Folha. Eu entrei com ação trabalhista e, de alguma maneira, a Folha de S.Paulo conseguiu o processo inteiro.*

A jornalista - eu trouxe até o livro que ela me deu e autografou - entrou em contato comigo. Eu sou músico, faço faculdade de licenciatura de música e tinha comentado para alguns colegas: "Estou lançando um livro aí, esse livro vai ser bacana". De repente, essa jornalista entrou em contato comigo falando a respeito do meu livro. Eu fiquei até assim... Eu falei: "Bacana, não é? Vai me entrevistar, vai querer saber sobre o meu conteúdo". Ela veio até mim. Quando chegou à minha residência, ela me convidou para ir a uma padaria ao lado. Sentamos para conversar. A todo momento, ela falou desse livro que até está aqui na mão e autografou o livro. E, ao mesmo tempo em que estava falando do livro, ela estava perguntando a todo momento: "Mas e aí você trabalhou na Yacows?". Eu falei: "Não, mas espere aí, você chegou aqui se anunciando a respeito do interesse do conteúdo do meu livro". Na saída dessa padaria, ela queria entrar na minha residência para ver o meu notebook. "Ah, mas eu quero



ver o seu notebook e tudo mais." Ela falou: "Eu estou com todo o seu processo na minha mão". Eu falei: "Mas como assim você está com todo o meu processo na sua mão e como você conseguiu meu telefone?". Ela não informou. Até hoje eu não sei como ela pegou o meu telefone e como ela teve acesso a todo o processo.

O mais estranho é falar que eu cheguei na Folha de S.Paulo e entreguei um conteúdo que eu entreguei para o fórum trabalhista, entendeu? Tanto que, quando bateu o dia seguinte, eu estava em casa e falei: eu vou à Folha de S.Paulo para saber se ela realmente é jornalista e se ela trabalha lá.

Quando eu cheguei na Folha de S.Paulo, fui tratado de maneira, assim... "De boa, mas ninguém te chamou aqui e tal". Eu falei: "Não, mas eu estou procurando essa moça aqui". Aí ela desceu, me recebeu e me levou para a redação. Houve uma discussão na redação. Eu virei as costas, fui embora e dia seguinte ela publicou tudo isso daí, falando que eu cheguei na Folha de S.Paulo e entreguei a notícia para ela - e eu não entreguei nada para ela, entendeu?

Outro detalhe que até incomodou quando ela estava fazendo a pergunta, porque a todo momento ela estava falando deste livro aqui que está na minha mão - se vocês quiserem passá-lo para vocês verem também, é até importante -, é que ela estava perguntando se eu tinha feito a campanha política do Bolsonaro e do Doria. E eu ainda falei para ela: "Olha, você me desculpa, mas é uma questão de trabalho. Eu trabalhei numa empresa e tudo mais, mas só que o propósito da sua vinda aqui foi a respeito do meu livro, não foi a respeito de onde eu trabalhei ou deixei de trabalhar", entendeu? Então, ela intercalava com essas perguntas.

Seguinte: eu não fiz campanha para os dois.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Pois não.

Gostaria de continuar as perguntas: mas o senhor, em algum momento, segundo a matéria... Ela afirmou que o senhor disse que pensou melhor.



"Estou pedindo para você retirar tudo que falei até agora, não contém mais comigo".

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Menina, se eu te falar realmente o que eu falei para ela, eu acho que será cancelado aqui.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Por favor, eu tenho muito respeito pelo senhor.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Desculpa.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Vamos manter as coisas do jeito que estão. Não vamos sair do tom que estamos na investigação, por favor, com todo respeito.

O senhor trabalhou na Yacows e Kiplix. Qual é a relação dessas duas empresas?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Então, eu fui contratado pela Yacows. Quando houve o processo trabalhista, o advogado que estava representando o processo trabalhista na época falou assim: Olha, chegou o momento em que a gente vai por fora e tal. E a empresa Malte Serviços está te convocando para fazer uma tratativa". Eu falei...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Empresa o quê?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Malte Serviços.

Eu pensei: "Mas eu não fui contratado pela Malte Serviços, eu fui contratado pela Yacows". Quando a gente sentou na frente do juiz para conversar e acertar o que tinha que acertar, havia três ou quatro advogados sentados. Um era de uma empresa cujo nome eu não vou lembrar agora.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Não, não era.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Deep Marketing?



O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - AM4... Da Yacows não tinha ninguém, mas era tudo o mesmo grupo, pelo jeito. Depois eu fui saber que era o mesmo grupo, mas não tinha ninguém dizendo assim: "Eu sou da Yacows e vim representar a Yacows". Era a Malte Serviços, essa AM4 e uma outra, mas eu mesmo não tive nenhum vínculo com eles.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor se referiu a uma espécie de grupo mais seletivo que coordenava os trabalhos. O senhor sabe o nome desses coordenadores e operadores e o que eles faziam na empresa? O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Havia uma hierarquia ali. Você tinha os operadores que ficavam praticamente como todo mundo que está aqui. Você tinha os supervisores. Acima dos supervisores você tinha... Como se fosse o diretor, que era esse Filipe, que era de um determinado período. E tinha um outro também...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O Filipe era diretor? Sabe dizer o nome completo dele?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Não, pior é que não.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Porque aqui você só diz "Filipe Yacows Chipeira".

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - É porque ficou marcado no celular.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Certo.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Porque mandavam mensagem cobrando ou falando "precisa fazer tal campanha", e não se sabia quem era. Então, teve que colocar o nome de cada pessoa para pelo menos ter um norte ali.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Mas você não tem o nome do supervisor dessa turma, dos supervisores?



O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - *Inteiro, eu não sei o nome de ninguém, porque ali...*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *Não sabe o nome, metade, o prenome?*

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - *Não. Nome assim... Na verdade, não.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *Não, né? Não lembra, não é?*

Lembra quem é Sabrina?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - *A Sabrina era uma moça...*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *Na troca de mensagens do senhor tem Sabrina.*

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - *Então, a Sabrina, teoricamente, foi o motivo da minha saída - a Sabrina e um outro menino do RH. Os dois eu fui procurar, a respeito das minhas horas extras, que passavam de mais de R\$7 mil, de tanto que eu estava morando na empresa, e um ficou jogando para o outro: "não vai dar para resolver..."*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *Você sabe o sobrenome da Sabrina?*

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - *Não, pior que o sobrenome dela eu não...*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *Era uma pessoa do RH da empresa?*

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - *Era do RH.*

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - *O senhor sabe quem é Richard Papadimitriou?*



O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Richard, não.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Também estava nessas mensagens?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Não, não.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor não identifica quem seja?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Provavelmente devia ser uma pessoa a quem eu não tinha acesso, não era do...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor sabe se os irmãos Lindolfo Alves Neto e Flávia Alves são responsáveis pelas empresas Yacows, Deep Marketing e Kiplix?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Olha, sobre a Yacows, ambos falavam de boca cheia que eram os donos da empresa e faziam todos os trâmites como donos. Agora, das demais empresas eu não tenho uma ideia para poder te falar, porque até mesmo eu fui conhecer essas empresas, os nomes dessas empresas, quando eu entrei com a ação, porque até então...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Certo. Mas o senhor não identificava que havia mais de uma empresa? Achava que era apenas uma?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Nada! Porque quando você chegava lá, o ambiente era um ambiente de alto nível. Então, você tinha já na esquina o Barbacoa, que é um baita de um restaurante. Na 9 de Julho, você já estava bem localizado. Então, nada transparecia que tinha coisa errada ali. Nada! Até a tratativa deles com cada funcionário era totalmente diferente.



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - E a atividade empresarial da Yacows, que o senhor reconhece como a empresa que o contratou? O senhor identifica como a atividade empresarial dessa empresa? O que essa empresa fazia? Ela fazia apenas esses disparos em massa? O senhor notava que ela fazia qualquer outra coisa? Ela tinha qualquer outra participação em campanhas?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Então, aí é que está o negócio. Essa empresa se apresentou para mim como uma empresa de marketing para fazer marketing de mercado, campanha política, tudo que fosse questão de marketing. Porém, na campanha política, houve muitos fatos que não foram corriqueiros, principalmente a situação do Lula. O Lula entrou preso. A empresa Yacows recebeu um valor...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Me desculpe, mas eu quero que o senhor se concentre naquilo que eu lhe perguntei.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Eu estou tentando te responder isso agora. Eu não estou falando mal de ninguém, eu não estou falando nada...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Não estou dizendo que o senhor está falando mal de ninguém.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Eu estou contando o que realmente...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Eu lhe perguntei exatamente qual a função...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Não, Deputada, a senhora é que tem que me deixar falar. A senhora é que tem que me deixar falar, Deputada. Me desculpe. Me desculpe, não é ditadura não.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Vamos manter a paz.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - É democracia. Porque democracia tem regra, Deputado. Se o senhor não a conhece, passe a



ler o Regimento. Passe a ler o Regimento da Casa, por favor, para contribuir. Para contribuir!

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - A palavra está com a Relatora, por favor. Vamos apaziguar. A palavra está com a Relatora.

Deputada, terá sua vez.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Há duas coisas que eu quero ressaltar. Eu tenho o direito de interromper...

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - É prerrogativa dela, é prerrogativa da Relatora.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O que eu apenas reconheço é que o depoente tem um advogado de defesa. Não sabia que tinha outros.

O que eu estou colocando é: primeiro, queria me dirigir especialmente ao Deputado para dizer que toda vez que uma mulher fala e que um homem se dirige a ela perguntando se está nervosa, há um componente muito grave nessa afirmação. Eu quero que o senhor se refira a outros homens perguntando se está nervoso, e não apenas às mulheres. É a segunda vez que o senhor, nesta Comissão, se dirige a uma mulher perguntando se está nervosa. Eu peço ao senhor que me trate com o mesmo respeito que eu lhe trato em todas as audiências públicas aqui, enormes audiências e sessões que fizemos aqui. Nunca o acusei de nervoso e, portanto, não quero ser acusada dessa condição, porque faço meu trabalho com muita seriedade, ou pelo menos tento fazê-lo. Respeito o trabalho de todos. É a primeira questão.

A segunda é que eu estou atuando como Relatora nesta Comissão. Se os Deputados, Parlamentares, Senadores, tiverem alguma dúvida de qual é o meu comportamento, consultem, por favor, o Regimento Interno da Casa, porque eu estou me atendo justamente e somente a isso. Como Relatora, eu tenho a possibilidade, a atribuição de lhe perguntar de maneira objetiva, de o senhor me responder e, se eventualmente o senhor sair daquele assunto de



que eu estou tratando, lhe pedir que o senhor mantenha na linha daquela pergunta que eu lhe fiz.

O senhor disse, por exemplo, que não falou com essa moça, a jornalista, que nós teremos, inclusive, a possibilidade de trazer aqui, se necessário. Ela disse que falou com o senhor diversas vezes, como autor da ação. Ela disse que o senhor disse a ela que pensou melhor e que pediu que não tratasse mais do assunto. E na matéria ela diz que o senhor afirmou que existiam números nessas empresas, usavam nomes e CPFs e datas de nascimento de pessoas na faixa de 65 a 85 anos de idade, nascidos, portanto, entre 1932 a 1953, e que essas pessoas ignoravam o uso de seus dados para cadastrar chips de celulares para promover o envio em massa de mensagens pelo WhatsApp. O senhor confirma essa informação?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Não confirmo, porque não foi bem assim. Eu não falei nada para ela sobre isso.

Eu tinha falado para os advogados que eu tinha contratado na época, que eram da família Lazarini, que... Assim, de uma certa maneira, eu comentei com eles e não foi colocado no processo. Algumas das fotos que eu trouxe também não estavam no processo, então eu fiz uma limpa no meu computador para poder trazer para cá algumas coisas inéditas, que não estão anexadas ao processo trabalhista.

E essa jornalista falando que eu cheguei nela e falei para ela tais situações...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor não confirma, então, que havia esses disparos feitos com chips cadastrados por pessoas idosas, nascidas, portanto, entre 1932 e 1956, e que os dados dessas pessoas foram usados para os disparos em massa? O senhor não confirma isso?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Só ratificando: eu não confirmo que eu cheguei na jornalista e dei a notícia.



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Não, mas eu não estou lhe perguntando isso, eu estou lhe perguntando...

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - No início, a senhora falou que eu falei para a jornalista.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Preste atenção. Veja bem: o senhor afirmou que as empresas Yacows, Deep Marketing e Kiplix usavam nomes, CPFs e datas de nascimento de pessoas na faixa de 65 a 85 anos - estou refazendo a pergunta -, nascidas, portanto, entre 1932 e 1953, e que estas pessoas ignoravam o uso de seus dados para cadastrar chips de celulares para promover o envio em massa de mensagem pelo WhatsApp. Nós estamos investigando esta ação dessas empresas.

O senhor confirma esses dados?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Sim, agora, a senhora ratificando, dá até para confirmar, porque eu não falei nada para jornalista nenhuma.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sim.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Nesse caso...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Mas o senhor confirma isso?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Nesse caso, eu até trouxe a lista. Eu trouxe a lista aqui para apresentar para todos.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Que lista?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Essa lista foi passada pelo WhatsApp - era o grupo que tinha Lindolfo, Flávia, Filipe e todo mundo - e essa lista foi passada quando já estava no auge da campanha política e havia uma grande necessidade de disparar as campanhas políticas.



Aí, eles mandaram, via WhatsApp: "Você vai chegar, vai olhar, vai abrir aqui no computador...".

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Esses CPFs?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - É. O que havia na lista? O nome da pessoa, a data de nascimento e o CPF. Então, cada um pegava listas no computador, abria e, com cada CPF, você conseguia, no da TIM, cadastrar de quatro a cinco chips; no da Claro, se eu não me engano, eram três, quatro, alguma coisa assim; no da Oi, eram três; e no da Vivo eram três, quatro. Então, você tinha essa possibilidade.

Foi dividido da seguinte maneira: cada um pegava a lista, como era muito nome, era muito nome... Eu não lembro quem foi o ser humano que correu a lista toda; eu bati o olho e eu falei: "Minha nossa, pessoa de mil novecentos e trinta e tantos aqui", entendeu?

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Mil novecentos e trinta e dois, não é?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Nossa, havia de 1932, 1938, 1926, 1928. Se você olhar bem a lista...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor disse que nascidas entre 1932 e 1953, portanto pessoas entre 65 e 85 anos de idade, 86, que são caracterizadas no nosso País como pessoas idosas.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Se duvidar, nem vivas estão, se duvidar.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Pois é, o que é mais grave ainda. CPFs falsos; se elas estiverem mortas, os CPFs são de pessoas que já morreram.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - É.



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - E essas empresas, então, que forneceram esses CPFs para o senhor e seus colegas trabalharem?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Eu não posso dizer essas empresas, porque eu trabalhava para a Yacows e, até então, não tinham sido apresentadas a mim outras empresas.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sim, então a Yacows?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - A Yacows apresentou conteúdo - Flávia, Lindolfo, Filipe - pela necessidade de que eles estavam enforcados com a campanha política de um partido, determinado partido, e esse partido estava pressionando, porque queria que corresse a campanha política.

Eles chegaram com esse conteúdo dos cem nomes e colocaram.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sr. Presidente, essa afirmação é uma afirmação gravíssima do procedimento ilegal dessa empresa, que nós ouviremos amanhã. Estou apenas ressaltando aqui a gravidade da informação que é fornecida neste momento e que o senhor confirma, portanto, que é verdadeira. Eu lhe fiz a pergunta.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Eu trouxe o conteúdo para todo mundo olhar aqui.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Certo, muito bem.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Trouxe o conteúdo e o conteúdo...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor, então, explicou como é que isso funcionava.

Os senhores recebiam o CPF.



O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Como Relator.) - Sim.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA) - Todos estavam com pessoas entre 1932 e 1953, mais ou menos...

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Assim, os CPFs vinham de gente que tinha nascido por volta dessa época até os dias atuais.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Pronto.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Então, pode ser que houvesse CPF de gente que está aqui, até o meu mesmo. Não há como você ver toda a lista. É nome para caramba.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Eu não estou lhe perguntando esse tipo de detalhe.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Eu estou explicando para a senhora que vem de 1926, 1928 até dois mil e...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Mas o importante é que esses CPFs não eram de pessoas que tinham autorizado?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Ah, com certeza.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor disse aqui que esses dados... As pessoas ignoravam o uso de seus dados para cadastrar chip de celulares. Eu imagino que sim.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Porque era uma ordem que a gente recebia que fosse executada.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Muito obrigada.

O senhor sabe dizer quem é Daniel Hugo?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Daniel Hugo... Eu não vou lembrar exatamente qual era a função desse Daniel não. Eu sei quem é, mas não vou lembrar qual era a função que ele fazia não.



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor se referiu lá atrás ao uso de números internacionais. Disse que, quando não tinha chip, usava outros chips de números internacionais. O senhor pode explicar por que se usa, como tecnicamente se justifica o uso de código de países diferentes entre os operadores?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Essa explicação ficaria mais confortável no conteúdo que eu trouxe para ser apresentado, porque, colocando na tela, você entenderia o que eu teria para apresentar. Entendeu? Porque é um conteúdo um pouco mais específico, até mesmo porque, quando foi me apresentado esse conteúdo, eu demorei muito tempo para entender e muito tempo para poder trabalhar com esse conteúdo. É um conteúdo um pouco complexo, é um pouquinho complexo, mas, ao mesmo tempo, não é um conteúdo tão...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O que o senhor quer dizer com conteúdo complexo? Explica aí um pouquinho.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Porque esses sites de telefone são sites pagos, entendeu? Então, era pago de alguma maneira - não sei se era dólar, euro, sei lá de que maneira era pago -, para que você tivesse acesso a um número x, o número que você quisesse de qualquer país do mundo. Então, os países que eram mais atuados, em que se trabalhava bastante eram Canadá, a região europeia toda, entendeu? A Turquia principalmente era onde havia bastante sinal e dava para utilizar o número.

Então, assim, esse site... A complexidade de você entrar nele já não é fácil, porque os supervisores mandavam para o seu computador para você conseguir abrir e ter acesso. Porque você sentado no computador e colocando assim: "Ah, eu vou colocar, vou entrar e pegar o número", você não conseguia extrair. O próprio supervisor tinha que mandar para o seu computador com a licença de você poder utilizar...



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor trouxe uma exposição desse processo...

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Trouxe, porque fica até mais fácil o entendimento.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Assim que eu terminar aqui, eu peço que o senhor possa apresentar aqui para todo mundo conhecer. Eu já estou terminando.

Dentro dessa explicação que o senhor vai dar, o senhor vai também explicar o que é plataforma de chip?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Sim. A plataforma de chip... O que é a plataforma de chip? A plataforma de chip... Você está vendo aqui esse notebook... Todos aqui lembram como funcionava o modem, que era um negocinho que você colocava do lado do computador para você ter internet. Justamente nesse modem, você... No modem, você colocava um chip na lateral do modem para você ter a conexão da internet. Então, você colocava... Independente da operadora que você queria, que você tinha contratado, você colocava um chip e conectava no aparelho que você queria usar. É que, neste caso, eu não posso levantar até aí, pegar e mostrar para vocês um pouco melhor, mas imaginem mais de cento e alguma coisa, enfileirados... Cada fileirinha, vocês tinham esses modems para você colocar e fazer o teste do chip, para que o chip...

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Muito obrigado.

Era colocado da seguinte maneira... É que este daqui eu não sei... Este daqui não... Este daqui tem coisa de chip?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Para vocês entenderem, o chip era colocado nesta parte de trás do produto. Você colocava o chip, conectava o chip na chipeira, a chipeira já ficava ligada ao computador. Então, você colocava uma série de cento e alguma coisa ou duzentos chips



assim dessa maneira. E, no computador, você conseguia ver se ele tinha funcionalidade, se ele trabalhava, se ele estava tendo sinal, se estava tendo tráfego de dados. Então, a margem de erro disso era muito pouca. Então, era bem viável para os donos comprarem a quantidade de chips, que foi até apresentada numa das fotos que eu coloquei, e colocarem alguém para poder fazer o teste do chip. Então, nesse teste de chip, você via se o chip funcionava. Funcionou? Você colocava num potinho, separava o que era bom e separava o que não estava dando sinal. No próprio computador, você conseguia mandar para o 7º andar, para o 3º andar, para os supervisores, informando: "Tem tanto aqui, podem vir buscar". Ou eu mesmo levava. Ou eles: "Ah, eu estou precisando de chip, a gente está sem chip". Era assim que corria essa situação da chipeira. A chipeira, nada mais nada menos, era uma situação disto daqui...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sim. Concentrava todos os chips.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - É, ela lia...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Ela lia os chips.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Ela lia em série todos os chips, porque uma das fotos que foi apresentada aí, a que vocês conseguem ter acesso... A chipeira tinha uma fileira de quatro, e nessa fileira de quatro eu não vou lembrar exatamente quantos cabiam. Davam em torno de uns 154, mais ou menos, de chip que você colocava em série. E essa chipeira dava choque também em seu funcionamento. Ela era de um material de ferro, um material de metal, então, quando você a ligava, ao mesmo tempo em que ela vinha lendo, se você bobeava com a mão, você levava choque; até o produto tinha metal.

Respondendo à pergunta da senhora, seria isso.

Muito obrigado.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor falou, só voltando a uma coisa, que Flávia Alves... O senhor falou que a empresa



funcionava - deu o endereço aqui do seu funcionamento -, em 2018, quando o senhor foi contratado, ela funcionava depois? Passou alguma vez, depois que o senhor saiu de lá, e ela funcionava?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - A empresa, na realidade, foi expulsa da Renato Paes de Barros, porque foi uma coisa muito estranha. Eu não lembro exatamente quantos andares que tinha na Renato Paes de Barros, eu estava no 10º, numa bela madrugada, eu estava sentado no 10º, fumando meu cigarro, de repente eu escutei um burburinho atrás de mim, a sirene da polícia. Eu falei: "Pronto, o que aconteceu aqui?". Desci para ver, quando eu fui entrar no elevador, a polícia estava invadindo o prédio todo, e eles tentaram abafar o caso falando: "Ah, tinha um bingo aqui no andar de cima e a polícia veio estourar o bingo". Na realidade, não foi nada disso. Depois parando para pensar: todos os funcionários que queriam fumar, ou fumavam lá no térreo do prédio ou nas escadas escondido, davam um jeitinho para fumar. Com isso, o Lindolfo e a Flávia começaram a ter problemas com o restante do prédio, porque a batida da polícia naquela noite, naquela madrugada, só não levou algumas pessoas mortas, eu não sei te explicar como, porque tinha gente fumando na escada... Eu estava fumando no 10º andar. Quando você virou assim, a polícia na sua cara. Então, ficou aquela coisa. E depois todo mundo começou a ser proibido de ficar transitando, porque você entrava para trabalhar das 10h às 18h, mas você tinha o seu horário de janta, e eu não sei se algumas pessoas que falaram que me conheciam sabem, mas eu sou diabético e hipertenso, e eu não posso ficar determinado tempo sem me alimentar.

Há gente caçoando, tirando onda, zombando, não sei para que isso.

Não é você, não, é quem está aqui na ponta.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Por favor...

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Aí o que aconteceu? Começou a ser proibida a saída dos funcionários para poder almoçar, jantar nos restaurantes que tinha mais para o fundo, e começou a ter



uma resistência de todo mundo. Entendeu? Até mesmo porque eu sou diabético, eu tinha que sair para comer. Eu não podia ficar lá parado sem comer nada.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Mas a partir daí não se encerrou naquele dia a empresa?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Não. Não.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Eu estou perguntando isso, porque há outras declarações dela sobre a empresa. O que o senhor disse era checado com...

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - A empresa em si foi expulsa dali de uma maneira bem... Minha nossa! O Lindolfo e a Flávia, eu não sei te explicar como, foram pressionados a se retirarem do local.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Certo.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Porque ficou aquela coisa: todo mundo quer sair para comer e não pode sair para comer, fica em cárcere privado lá dentro. Fica preso lá dentro.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor falou desses CPFs e falou do processo de chip. Sabe quantas linhas funcionavam? Havia mais de uma linha por CPF?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Não, cada CPF... É como eu havia falado e vou repetir: em cada operadora - TIM, Claro, Vivo, Oi -, você consegue cadastrar com o seu CPF uma determinada quantidade de chips. Então, em cada operadora, você conseguia uma quantidade.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sim, vamos dizer que, com aquele CPF, você conseguia dois com a TIM, três com a Vivo...

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Na TIM, se eu não me engano, eram quatro. Mas você vê que você conseguia fazer o



cadastro e, com o mesmo CPF, você conseguia colocar quatro, cinco aparelhos aqui emparelhados, trabalhando e fazendo disparos.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Está certo.

Para quem prestou serviços eleitorais?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Então... Como eu estava dizendo naquele momento para a senhora e a senhora...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Era a empresa M4 que contratou a Yacows...

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Não, não. Essas empresas... Eu vou tornar a dizer: para ninguém que trabalhou na Yacows... Se você colocar todo mundo aqui nesta sala, ninguém vai falar para você a respeito dessas empresas, porque ninguém sabia, muito menos eu sabia. Isso porque foi vendida uma imagem para a gente, foi vendida uma ideia de trabalho para a gente, uma ideia de situação que eu só fui descobrir depois, quando eu entrei com a ação trabalhista.

Então, assim, era tudo apresentado e era tudo cobrado pela própria Yacows.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Pela própria Yacows.

Não havia ou não aparecia nenhuma empresa por trás da Yacows?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Apareciam outras situações. Entendeu? Apareciam outras situações. Então, essas outras situações...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor tem cópias ou alguma cópia das mensagens enviadas naquele período?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Não, não. Quando eles começaram com a negativa do meu pagamento... Eu até trouxe também a minha conta bancária daquele período, porque eu fui ao banco, ao



banco Itaú... Eu cheguei no banco Itaú e não havia salário. Eu tirei até foto. Eu falei: "Como assim? Cadê o meu salário? Cadê a minha hora extra e tudo mais?".

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sim.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Quando eles começaram com essa negativa em resolver essa situação e ficar jogando, zombando da minha cara, eu disse: "Não, eu vou apresentar um processo trabalhista porque está difícil isso aqui, está infundado".

Eu tirei fotos, recolhi todo o conteúdo que eu precisava...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - São aquelas fotos que estão no processo?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Sim, mas eu não conseguir tirar aqui, no momento da campanha, porque havia muito problema com isso.

Você pode estar com o seu celular? Pode estar com o seu celular, mas até um determinado ponto.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sei.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Todo mundo ficava aqui assim, com o celularzinho aqui embaixo, e o supervisor aqui atrás, o supervisor na mesa lá... Até a Flávia, no canto dela, porque ela ficava sempre à direita no 7º andar. Então, não sabia... Cada um tinha o seu celular e ficava mexendo no seu celular, mas você não podia levantar ele para cima.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Você não podia fotografar nada daquilo que estava fazendo.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Era muito burocrático, tanto que as fotografias que eu consegui tirar foi uma coisa assim: estou passando, tirei e já estou saindo andando com o celular no bolso, ninguém viu, ninguém vê. Entendeu?



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Está certo. E que são aquelas que estão no processo?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - É.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Certo.

Vou finalizar, Sr. Presidente, só perguntando uma última coisa: o senhor não sabia - obviamente já falou mais de uma vez - de outras empresas que estivessem por trás da Yacows. Não saberia dizer também quem pagava, quem contratava e quem financiava esse tipo de coisa?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Então, agora vai entrar uma discussão imensa aqui, porque, assim... Aí parando para se analisar - eu até peço desculpas para um ou outro aí que não tem nada a ver e tudo o mais - a Yacows tinha uma forte ligação com o PT e o PT fazia um baita pagamento para a Yacows...

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO - Eu não estou falando para fazer demagogia, não estou falando isso para falar bem do filho do Bolsonaro, não estou falando isso por conta disso não, nem pela discussão que a gente teve; eu estou falando isso porque eu vim aqui, saí da minha residência para poder vir para cá... Só um detalhe: repare que o cara está toda hora zombando da minha cara ali. Entendeu? Então, assim..

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO - É você mesmo, fazendo careta.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Oxente! O que é isso?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Então, como eu estava dizendo, naquele momento, quando o Lula entrou na prisão, a Yacows recebeu um determinado valor, e eu estava no 10º andar fazendo o trabalho da chipeira e apertando para que fossem mandadas as coisas para baixo, eu escutei um burburinho, desci para encher o saco do pessoal e saber o que estava acontecendo e viraram para mim e falaram: "Você não viu o que



vocês mandaram para a gente?". Eu falei: "Como assim?". E me mostraram a campanha política do Lula.

Passaram-se uns dias, a Rede Globo lançou, no Fantástico, uma informativa falando que o Lula acabara de ser preso, estava acontecendo a campanha política dele, e o cara estava brigando ali para ser eleito, sendo que estava na situação meio adversa. O que o Lindolfo e a Flávia fizeram? Eles pegaram, abafaram o caso, mandaram tirar todos os mailings que tinham disponíveis no computador dos supervisores e tudo mais, e ficaram com a grana. Não tive aumento de salário, não tive nada. Ficaram com a grana e abafaram o caso.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor tem consciência que essas pessoas que o senhor está citando também vão depor aqui?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Sim.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - E que, portanto, confrontarão essas informações, ou confirmando o que o senhor falou ou negando o que o senhor falou. O senhor tem consciência disso?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Você quer pegar direito?

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Não...

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Se a senhora quer...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor me responda só. Só me responda: o senhor tem consciência ou não tem consciência disso?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Eu tenho consciência disso.



Agora, tem um detalhe bem importante; se a senhora pedir a quebra do sigilo telefônico de cada um daquele período, vocês vão ver que eu não estou mentindo no que eu estou dizendo aqui. Se quiser pedir até o meu, fica até melhor ainda.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O seu não tem problema: o senhor já deixa aqui a autorização para que isso seja feito.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Entendeu? Porque se você pegar de cada um, você vai sentar com o Lindolfo, você vai sentar com a Flávia, você vai colocar...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Esses telefones que o senhor deu aqui são os telefones deles três?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - São de Lindolfo, Flávia e o Filipe.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Então, já incluiremos...

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Não sei se continuam com os mesmos telefones.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - ... na quebra de sigilo que encaminharemos à Comissão.

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO (Para depor.) - Você vai sentar com cada um deles, eles vão falar a versão deles.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Eu agradeço, Sr. Presidente.

O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - Sr. Hans, o senhor autoriza, então, quebrar o seu sigilo telefônico?

O SR. HANS RIVER DO RIO NASCIMENTO - Sim, o duro é que eu estou sem telefone.



O SR. PRESIDENTE (Angelo Coronel. PSD - BA) - O.k. Então, a Secretaria vai providenciar o encaminhamento.

Prossiga, Relatora.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Presidente, era o que eu tinha a perguntar. Creio que os outros Deputados têm muito mais a perguntar.

Todas essas informações que foram dadas aqui, e contestada a matéria da Folha de S.Paulo, é claro que nós teremos a oportunidade de contracenar com as pessoas que fizeram a matéria também aqui, nesta CPMI. Espero que, em breve, a gente possa confrontar todas essas informações.

E, portanto, Sr. Presidente, para mim está encerrada essa primeira fase da minha inquirição.”

Depoimento do Sr. Gustavo Santana Borges, realizado no dia 12 de fevereiro de 2020

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9613>

“Eu sou servidor da casa Anatel há dez anos, dez anos de carreira, e ocupo hoje a função de Superintendente de Controle de Obrigações, que é o departamento da agência que aplica sanções e controla o cumprimento das leis e dos regulamentos expedidos pela agência.

Com relação a essa questão de cadastro, existe uma lei federal, a Lei 10.703, assinada em 2003, que determina que todas as linhas pré-pagas devem ter um cadastro do usuário. Posteriormente, a Anatel aplicou essa



mesma regra num Regulamento, o nº 477, de 2007, no art. 58. De lá para cá, de 2003, desde a criação dessa norma legal até aqui, nós tivemos uma expansão fabulosa do número de acessos. A telefonia móvel se torna presente em todas as residências do País - não em todas, mas em grande parte. É um serviço que se popularizou de tamanha forma que nós tivemos um número de assinantes maior do que o número de população. Isso aconteceu porque aquelas ofertas de prestadoras levavam a que o consumidor tivesse uma linha de uma operadora A, uma linha da operadora B, uma linha da operadora C e uma linha da operadora D. Então, foi um movimento em que até cidadãos com menor condição econômica tiveram condição de ter um, dois, três chips com seu celular de telefonia pré-paga.

Agora, a Anatel percebeu, numa fiscalização em alguns anos anteriores, que havia fragilidades na base cadastral desses assinantes pré-pagos, e, então, determinou a instauração de processos sancionatórios e aplicou as devidas sanções às operadoras em relação a esse tema. E agora, mais recentemente, nós fomos novamente recebendo indícios de que havia também irregularidades nos cadastros, cadastros que não estavam adequados, e, a partir disso, fizemos um chamamento de uma fiscalização, observamos toda a base de cadastro das operadoras, fizemos uma análise de todo o processo de habilitação de novas linhas, e identificamos, novamente, irregularidades no sentido de que a base continha linhas associadas a CPFs inexistentes, a CPFs, por vezes, de pessoas que já haviam falecido, nome incompleto, endereço incompleto, alguns tipos de irregularidades nessa base cadastral.

Então, a partir disso, nós abrimos um novo processo sancionador e, mais para além da sanção que já tinha sido aplicada e além de uma nova aplicação de sanção, nós decidimos determinar a apresentação de um plano de ação setorial para as empresas, para que isso fosse definitivamente regularizado, uma vez que existe uma lei tratando do tema. Então, houve um período de avaliação desse plano de ação, e, finalmente, ele foi aprovado pela Anatel para plena execução. Ele passou a ser executado já no ano passado, e este ano deve ser concluído o que foi acordado junto com o setor de



telecomunicações. Todas as empresas de telefonia móvel que têm cadastro pré-pago estão aderentes a esse plano de ação firmado com a Anatel.

Se puder passar um eslaide, por favor...

O plano de ação, basicamente, tem duas grandes dimensões: uma é olhar para o cadastro que já foi feito, identificar irregularidades e tentar sanar essas irregularidades; e, do outro lado, é estancar a entrada de novos cadastros irregulares, buscar prevenir, evitar que sejam feitos cadastros irregulares. Então, em relação à base existente atual, a Anatel determinou que fossem identificadas todas as linhas irregulares, CPF inválido, CPF de pessoa que, eventualmente, já faleceu, nome incompleto, endereço incompleto, e que esses usuários fossem notificados pelas prestadoras, por mensagem, por ligação, na loja de atendimento, para que fizessem a atualização cadastral. Foi concedido um prazo, foi feita uma ampla campanha da Anatel, das prestadoras, divulgada em mídia, e, após esse prazo que foi concedido, com várias manifestações aos usuários, aqueles que não atualizaram foram bloqueados. Ou seja, metade dos que foram notificados atualizaram o cadastro, regularizaram o cadastro, e metade daqueles que foram notificados não o regularizaram e, portanto, foram bloqueados.

Agora, isso foi uma campanha de regularização desse cadastro, e a gente já determinou que as operadoras não trabalhem só nessa campanha, que isso seja uma rotina de verificação dessa base cadastral, para evitar que ela tenha esse tipo de situação. Mas, para além disso, não basta regularizar o passado se, no futuro, continuar ocorrendo a mesma coisa. Então, nós determinamos que os novos cadastramentos têm que passar por um maior critério antes de serem aceitos pela prestadora.

Então, anteriormente, em algum momento, as operadoras não checavam se aquele CPF era válido, se ele era de alguma pessoa já falecida ou não, e aí isso passa a ser on-line. Na hora em que você está fazendo o cadastro, a empresa já checa isso imediatamente na Receita Federal. Então, vai conferir o nome, se o nome completo bate com aquele CPF, vai exigir um endereço



completo, e, para além disso, vão ser feitas as questões de validação daquela informação. Então, a prestadora vai poder perguntar - se você é, por exemplo, o Gustavo -, qual é o nome da sua mãe, a data de nascimento da sua mãe ou sua data de nascimento, informações que validem aquela informação, e aumentar o grau de restrição para um cadastramento indevido.

E, num segundo momento - isso está sendo desenvolvido já pelas operadoras e deve ser concluído ainda este ano -, também está sendo desenvolvido um aplicativo para que seja feito o cadastramento digital. Ou seja, isso não vai ser ainda obrigatório, imposto a todos os cidadãos que queiram fazer um pré-pago, mas isso vai ser iniciado com um percentual da base de o usuário poder fazer o cadastramento digital com biometria, usando os documentos digitais de governo, dentre outros, não é? Então, isso também está previsto para este ano e vai também melhorar a questão do cadastro da telefonia móvel.

E, para além disso, nós também determinamos que as operadoras colocassem um portal público à disposição de todos que tenham interesse para que o cidadão possa colocar o seu próprio CPF nessa consulta e checar se há linhas em nome dele que ele não reconhece. Então, eu, por exemplo, sou Gustavo, não tenho uma linha pré-paga em nenhuma prestadora: eu faço a consulta do meu CPF, e o site indica que tem uma linha na operadora B; bom, se não reconheço aquela linha, então eu entro em contato com aquela operadora, indico que eu não tenho a titularidade daquela linha e a operadora tem até 24 horas para bloquear, desassociar o meu CPF daquela linha que eu não reconheço. Claro que a prestadora vai se certificar de que eu sou o Gustavo mesmo, pedindo informações de validação.

Então, esse portal - se puder passar mais um eslaide, por favor - está no ar, e a Anatel fez campanha de mídia com ele, está no site da Anatel. Ele se chama cadastrapre.com.br. Qualquer cidadão pode colocar o seu CPF, o CPF do seu filho, de sua mãe, de qualquer colega, marido e checar se existe alguma linha associada àquele CPF. Ele não vai dizer o número daquela linha,



mas vai indicar que existe, sim, naquela operadora uma linha associada ao seu CPF, e aí o cidadão pode fazer a gestão de que não tem nada irregular, nenhuma linha que ele desconheça em relação ao seu CPF.

Pode passar mais um, por favor.

Também existe no portal da Anatel... Queria alertar aos senhores que todos os detalhes desse projeto - desse plano de ação que a Anatel está comunicando, que está acompanhando as ações - estão lá no site da Anatel, e existe o link para esse portal do cadastro pré-pago e todas as demais informações.

Mais um, por favor.

Também no site das operadoras, nós determinamos que elas colocassem informações sobre esse projeto, detalhamento de como regularizar, de como que o usuário pode entender melhor essa situação. Então, também estão apontados aí todos os links. Mas, numa busca simples num navegador de busca, o usuário consegue chegar a essas páginas, colocar o nome da sua operadora e cadastro pré-pago, e vai chegar a esses portais.

Bom, mais um eslaide, por favor.

Então, concluindo sobre o projeto pré-pago, nós fizemos uma fiscalização e constatamos falhas na base, com cadastros irregulares, e uma vulnerabilidade no processo de habilitação que permite que uma pessoa queira fazer uma indicação de um CPF de terceiro para aquela linha. Isso em todas as prestadoras de telefonia móvel. Foi aberto um processo sancionatório, que vai ser agravado, pois existe reincidência específica.

Já havia sido constatada essa irregularidade em anos anteriores. Foi determinada a apresentação de um plano de ação para as operadoras, que o apresentaram e está sendo executado. A Anatel acompanha a execução desse plano de ação. Agora é sempre importante ter, de pano de fundo, que, em termos de segurança, isso tem que ser um processo de melhoria contínua, porque quem está interessado em fraudar esse modelo vai sempre buscar um



modo de fraudar. Então, as operadoras sempre vão ter que se certificar de que o processo está aderente. Então, estar prevenido contra eventuais fraudes.

Mas só para aproveitar, ainda dentro do meu tempo, dois eslaides a mais sobre outros projetos de segurança que a Anatel empenha. Se puder passar mais dois, por favor?

Existe um outro projeto, denominado Celular Legal, em que também existe uma campanha de mídia forte para ele. É um projeto constituído pela Anatel, fabricantes de telefone celular, prestadoras, Polícia Federal e Secretarias de Segurança Pública dos Estados. É um sistema que busca tirar de uso, tirar de circulação, aqueles celulares que foram objetos de furto ou de extravio, porque aquilo, uma pessoa, um ladrão, se rouba um aparelho celular, depois vai querer vender para outra pessoa e tudo mais e receber um dinheiro por aquilo. Se essa pessoa que foi furtada for à polícia, à delegacia, ou à sua prestadora e alegar esse furto, a prestadora vai bloquear o aparelho, de forma que aquele aparelho não vai poder ser utilizado pelo receptor final. Então, isso tira o valor daquele ativo e evita com que o aparelho seja utilizado indevidamente. Já foram mais de um milhão de aparelhos irregulares bloqueados dentro desse sistema em parceria com todos esses órgãos de segurança que nós comentamos.

E, mais um último eslaide... Mais dois, por favor.

Todos nós cidadãos ficamos, no ano passado... Percebemos esse número de ligações, recebendo várias ligações nos seus celulares no ano passado, de origem desconhecida. Muitas vezes você atende o celular, e aquela ligação ninguém atende, ninguém fala nada, você vê que ela cai, são chamadas com DDDs diversos do Brasil. Nós chamamos as operadoras a regularizar essa situação. Elas se posicionaram de que isso também não era... O telemarketing não é exercido só pelo setor de telecomunicações, mas também por outros setores, financeiro, varejista, etc.. Nesse caso, nós combinamos que, se fosse reduzida a parte de telecom, já seria um bom começo.



Então nós determinamos a elaboração deste portal, Não me Perturbe, em que todo cidadão pode ir lá, fazer um cadastro e indicar que não quer receber ligação de call center de operadoras de telecomunicações. Esse portal já teve 2,6 milhões de assinantes, de cidadãos pedindo para não receber essas ligações. O sucesso foi tremendo desse portal, e o próprio setor financeiro também aderiu a essa campanha e está também com esse mesmo portal.

Senhores, o que eu tinha para trazer sobre o projeto inicialmente era isso, sem torná-lo muito detalhado, mas estando à disposição para qualquer dúvida dos senhores.

Depoimento do Sr. Alexandre Castro, realizado no dia 12 de fevereiro de 2020

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9613>

“O objetivo da minha apresentação aqui é trazer aos senhores uma série de conceitos e colocações referentes à internet que mostram exatamente quais são os limites de atuação e os limites técnicos também de cada agente que atua nesse ecossistema da internet.

Então, eu queria apresentar já o primeiro eslaide. É um eslaide que sempre traz muita confusão para as pessoas que não atuam diretamente, do ponto de vista técnico, nesse assunto.

O Marco Civil da Internet é uma lei que estabeleceu o fundamento, estabeleceu o princípio, estabeleceu objetivos e garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. Então, basicamente, o Marco Civil da Internet é a Bíblia da internet aqui para nós brasileiros.



Esse Marco Civil da Internet alcançou três provedores, três agentes que atuam na cadeia de internet no Brasil. O provedor de acesso de internet: esse provedor de acesso é um prestador de serviços de telecomunicações. O provedor de conexão à internet, que não é um serviço de telecomunicações, ele basicamente, assim como o provedor de acesso oferece, faz todas as instalações, os cabos, os roteadores, todos os equipamentos necessários a garantir o acesso de cada usuário à internet, à rede mundial como um todo... O provedor de conexão tem uma outra função. Qual é a função? É habilitar ou não habilitar a efetiva navegação do usuário. Então, apesar de o usuário ter o acesso, eventualmente ele pode ser bloqueado e não ser permitida a sua navegação, e quem faz isso é o provedor de conexão à internet. Não é um serviço de telecomunicações, é um serviço de valor adicionado, e é importante que todos entendam que esses dois serviços, tanto o acesso à internet como a conexão à internet, podem ser prestados pela mesma entidade. Então, quase todas as prestadoras de serviços de telecomunicações executam os dois serviços, eles fazem tanto o acesso como fazem também a liberação da conexão. O provedor de aplicação é o terceiro agente que atua. Quem é esse provedor? São todos aqueles que oferecem serviços on-line na internet: os desenvolvedores de aplicativos, o WhatsApp, o Facebook, o Instagram, as redes sociais de uma maneira geral, os bancos e assim por diante. Também é caracterizado como serviço de valor adicionado e são considerados, então, provedores de aplicação.

Próximo eslaide, por favor.

Então, é importante dizer que o Marco Civil da Internet veio para regulamentar, para legislar sobre esses agentes e sobre a internet. Um dos pontos que foi bastante discutido no Marco Civil da Internet foi o conceito de neutralidade de rede. O conceito de neutralidade de rede aprovado pelo Marco Civil da Internet, no seu §3º, art. 9º, estabelece claramente que o provedor de conexão, que eu acabei de mencionar, e o provedor de acesso, que eu mencionei também, que podem ser empresas de telecomunicações, estão proibidos de bloquear, monitorar, filtrar ou analisar o conteúdo dos pacotes de



dados. É como o Senador Arolde comentou: as informações que são transmitidas, retiradas ou inseridas na internet são um conjunto de bits e bytes que são colocados dentro de um pacote que a gente chama de pacote de dados, e esses pacotes de dados são transportados pelas empresas de telecomunicações.

As empresas, pelo marco civil, não podem monitorar, não podem acessar, não podem analisar, nem filtrar esse conteúdo. Então, eu não sei o que está passando ali, se está passando um conteúdo ilegal que efetivamente estimule o crime de ódio, que estimule o crime de pedofilia ou mesmo fake news; tampouco a gente pode bloquear.

Um outro ponto que também está colocado no Marco Civil da Internet é a questão relativa aos registros de conexão à internet e de acesso a aplicações. Bom, o que coube às prestadoras de telecomunicações foi a obrigação de guardar os registros de conexão - depois eu vou entrar um pouquinho mais em detalhe sobre o que é registro de conexão à internet - pelo prazo de um ano. Então, não é menos de um ano, nem mais de um ano, nem no mínimo um ano, nem no máximo um ano. É um ano para guardar esses registros. E nós estamos proibidos, os provedores de conexão - as empresas de telecomunicações também prestam serviços de provedores de conexão à internet -, de guardar os registros de acesso e aplicações. O que é isso? É dizer, por exemplo... E eu acessei a internet e acessei um determinado site. Esse site que foi acessado eu não posso guardar. Essas informações do destino eu não posso guardar. As empresas de telecomunicações estão proibidas de guardar pelo Marco Civil da Internet.

E para ser coerente, o que a lei estabeleceu? Olha, se eu estou proibindo eles de analisarem os conteúdos, se eu estou proibindo eles de analisarem, monitorarem e filtrarem esses conteúdos, eles não podem ser responsabilizados por danos decorrentes desse conteúdo que é gerado por terceiro e que a gente transporta. Então, o marco civil é bem claro nessa



conceituação. E a empresas cumprem integralmente o que está estabelecido no marco.

Todo site que disponibiliza um conteúdo, que disponibiliza um serviço on-line... Isso vai ser caracterizado quando você acessa aquele site: você vai pegar alguma informação, você vai mandar alguma informação. Essa informação nós não temos acesso a ela.

Os provedores de aplicação - eu vou mostrar lá na frente - têm obrigação - alguns deles, nem todos, têm obrigação - de guardar os registros de aplicação só. Claro, como eles recebem o conteúdo, eles tratam o conteúdo em si, eles têm acesso ao conteúdo. Eles sabem o que está sendo passado ali, o que eles estão recebendo, o que é que eles estão mandando para cada usuário. Nós, as empresas de telecomunicações, não temos essa possibilidade. Claro que existe uma exceção, que é a decisão judicial. Decisão judicial se obedece dentro dos limites técnicos de atuação das empresas.

Próximo eslaide, por favor.

Esse eslaide aqui é só para mostrar que as empresas de telecomunicações fazem o puro e simples transporte. São como os Correios. Os Correios recebem as cartas, encaminham as cartas para os destinos, porém, não leem as cartas. O que está escrito dentro do envelope não é lido. A mesma coisa acontece com as empresas de telecomunicações. Quem recebe o conteúdo é que vai saber a carta, e quem mandou a carta é que vai saber o que está escrito naquela carta. Os Correios não sabem, nem as empresas de telecomunicações, quando transportam os pacotes de dados, também sabem.

Então, em resumo, os provedores, tanto de acesso como de conexão, transportam os pacotes sem acessar ou interferir no conteúdo das informações.

Então é impossível para a gente identificar, como eu já mencionei, se aquele conteúdo é um conteúdo ilícito, se é um conteúdo fraudulento, se é uma fake news, se é um crime de ódio, etc.

Isso está de acordo com o §3º do art. 9º do Marco Civil da Internet.



Próximo.

Bom já o marco civil define então algumas condições, algumas informações, alguns dados pessoais que são objeto, que podem ser objeto de solicitação. São os registros de conexão, que eu já mencionei, as comunicações privadas...

O que são as comunicações privadas? É o que você escreve na mensagem, por exemplo, no WhatsApp, o que você escreve na mensagem, aquilo é uma comunicação privada. Você manda e recebe informação. É uma comunicação privada. Fazendo uma analogia com a telefonia, seria a conversa propriamente dita. Também os dados sensíveis e qualquer outra informação relacionada a uma pessoa natural identificada ou identificável.

Existe uma exceção para a obrigação de a gente fornecer esses dados mediante determinação judicial. São os dados cadastrais que estão no segundo bullet. O segundo bullet estabelece, pelo marco civil, que a gente pode fornecer os dados cadastrais sem necessidade de uma determinação judicial. Pode disponibilizar às autoridades administrativas que detenham competência legal. E aí surgiu um problema, logo depois da aprovação da lei, que era o seguinte: quem são essas autoridades administrativas, que têm essa competência? Porque as empresas têm uma responsabilidade muito grande, são 300 milhões de clientes, são dados, são inúmeros dados, milhões de dados que são transmitidos, é uma responsabilidade muito grande com a segurança e com a privacidade dessas informações.

Quando a gente começa a disponibilizar isso para qualquer um requerente, sem determinação judicial, a gente tem uma preocupação com relação a essa corresponsabilização.

Então, logo depois da aprovação, a gente ficou esperando a regulamentação do Marco Civil da Internet. Isso veio em 2016, e aí a gente então passou a fornecer, de forma célere, para delegados, para Ministério Público, essas informações dos dados cadastrais, sem necessidade de determinação judicial. É importante dizer também...



A gente hoje está oferecendo para delegados que tratam do assunto de internet, por exemplo. Está certo? Só dados cadastrais. Lembro isto: só os dados cadastrais. Todos os outros dados, só por determinação judicial.

É importante dizer também que o setor estabeleceu, criou estruturas específicas para fazer o atendimento de todas as determinações judiciais. Como vocês vão ver à frente, não são poucas. São inúmeras determinações judiciais. E para garantir a celeridade, foram criadas realmente essas estruturas. Mas é importante que seja feita uma harmonização do formato. A gente vem trabalhando nisso, buscando uma harmonização do formato, para que o pleito venha seguido de um padrão, para que seja mais rápido e mais fácil atender à determinação judicial. Às vezes a gente recebe um documento com 50 páginas, e a gente tem que ler aquilo tudo e muitas vezes a gente entra em contato com o juiz para poder entender exatamente o que se está querendo. Então a harmonização é um pleito do setor e que até hoje a gente não conseguiu implementar.

Próximo.

Bom, então, mais uma vez a gente reforça que o setor de telecom garante a privacidade e o sigilo, ao mesmo tempo em que atende e respeita integralmente as demandas judiciais, conforme vou detalhar.

Uma das coisas que são normalmente solicitadas à gente é o conteúdo das comunicações privadas. Então, por exemplo, há uma comunicação pelo WhatsApp e o pessoal solicita: "Eu quero a interceptação dessa comunicação que está sendo feita entre duas pessoas ou dois grupos pelo WhatsApp". Estou só citando o WhatsApp como um exemplo, porque normalmente ele é citado. Bom, o que é preciso que se diga primeiro: as empresas não guardam as comunicações privadas, a gente não armazena isso. Então, se alguém quisesse acessar a comunicação privada de coisa que já aconteceu no passado, não existe essa possibilidade, porque a gente não armazena. O que a gente pode fazer é dali para a frente: recebeu a determinação judicial, dali para a frente a gente pode efetivamente fazer a interceptação. E de que forma a



gente faz a interceptação? A gente redireciona. O que a gente está transportando, a gente redireciona para a autoridade requisitante, para quem o juiz estabeleceu que deveria receber esse material.

O nosso limite técnico - e aí é importante que seja entendido - é disponibilizar isso que a gente está transportando. Eu não tenho condições, o setor de telecomunicações não tem condições de dar acesso às autoridades do que está realmente escrito ali, da fotografia, da mensagem, etc., porque, muitas vezes, ela é criptografada, é uma criptografia forte, você não tem como descriptografar isso, as empresas. Quem pode fazer esse trabalho de descriptografar e dar acesso à informação propriamente dita é o provedor de aplicação, não a operadora de telecomunicações. Então, a verdade é essa. Lá na telefonia - quando a gente tinha telefonia -, se os caras estivessem falando em japonês, eu ia passar a informação em japonês para as autoridades. Se está criptografado eu vou passar para as autoridades a informação criptografada. É inviável, tecnicamente, a gente fazer a descriptografia da mensagem.

Para vocês verem como não é pequeno o número de solicitações de interceptações. A gente recebe 60 mil ofícios por mês. Esses ofícios contêm, no total, aproximadamente 1 milhão de solicitações e informações. Nós fazemos as... E de interceptações de usuários. A gente hoje tem, no global, pelas empresas, 450 funcionários só para tratar isso com sigilo, com segurança, para garantir a privacidade das informações. Esse número de 68 milhões, hoje, já está até em 100 milhões, em função de investimentos que já foram realizados em 2018 também, buscando desenvolver sistemas, softwares, etc., que garantam, então, a celeridade do atendimento dessas solicitações de interceptação.

Agora vou falar um pouquinho do bloqueio. Muita gente fala: "Ah, mas o cara está disponibilizando um conteúdo ilegal, uma fake news ou um estímulo ao crime de pedofilia, etc. Então, eu gostaria que as empresas bloqueassem aquele site". Bom, primeiro só posso fazer isso mediante decisão judicial.



Segundo, para você fazer o bloqueio você precisa saber o endereço dos servidores que estão mandando, que estão disponibilizando esse conteúdo. Está certo? Então, eu tenho que receber da autoridade judicial os endereços, e as empresas fazem o bloqueio daqueles endereços que foram informados. Se o sujeito que está disponibilizando conteúdo ilegal fica pulando de endereço IP para endereço IP... Então, se ele sai de um servidor, começa a disponibilizar isso em outro servidor e assim vai fazendo, nós não temos condições de ficar seguindo os passos dele. Então, o que a gente faz é garantir, é bloquear aquilo que a autoridade, que o juiz e a autoridade responsável pela investigação da ilegalidade nos mandam.

É importante que se diga também que 85% desses dados ilegais que circulam nas nossas redes são provenientes do exterior, muitas vezes de sites que a gente não consegue identificar de onde vêm. Esse é um dado da SaferNet. A gente não consegue identificar quem é, o cara não tem responsável técnico aqui no Brasil. Efetivamente, fazer o bloqueio, a eficácia acaba sendo pequena, porque eles são espertos o suficiente para ficar mudando o tempo todo do local onde fazem a disponibilização desse conteúdo ilegal.

A gente corre um risco ainda porque, se a autoridade administrativa me passar um endereço errado, eu vou bloquear um serviço que não tinha nada a ver com isso. Então, é um assunto delicado a questão do bloqueio. Por essa razão até é importante dizer que o Marco Civil da Internet privilegiou muito a liberdade de expressão. Então, fazer bloqueio sem determinação judicial poderia caracterizar uma forma de censura prévia, uma censura privada, o que não é interessante para o País.

Falando agora do registro de conexão, que a gente tem um ano para guardar. Quais são as informações que a gente passa para a polícia? A gente passa o instante da conexão. Então, no momento em que o Alexander Castro se conectou à internet, é passada a data, a hora, o minuto, o segundo e o fuso horário, para que não haja dúvidas em relação ao exato momento dessa



conexão. Eu identifico, no caso até de móvel, o número do telefone, eu identifico o endereço IP utilizado, qual foi o endereço utilizado, e eventualmente, se necessário for, a porta lógica para poder caracterizar realmente quem é a pessoa. Depois, mais tarde, se houver interesse, eu posso explicar o que é essa porta lógica. Ou seja, os registros de conexão não contêm informação de que aplicações, quem que esse cara, o Alexander Castro, acessou, qual foi o site que ele acessou, porque a lei me proíbe. A gente não pode fazer, existe uma proibição legal.

Agora eu vou falar rapidamente sobre um assunto que é a fraude de subscrição. É uma coisa diferente, totalmente apartada de tudo que eu falei até agora. Tudo que eu falei até agora vale tanto para a banda larga móvel quanto para a banda larga fixa. O Marco Civil da Internet não entra no mérito da tecnologia, se aquilo ali vale só para banda larga móvel ou para banda larga fixa. Não existe isso. O Marco Civil da Internet vale para qualquer uso da internet, seja por móvel ou por fixo. A fraude da subscrição ocorre muito no caso de móvel. O setor vem, como o representante da Anatel teve oportunidade de colocar, o setor vem atuando no sentido de dar maior robustez e minimizar a fraude de subscrição. A gente sabe que a gente vive num ambiente com altos índices de fraudes, não é só no nosso setor, é em todos os setores da economia, e a gente vem combatendo isso não só na banda larga móvel, não, também na fixa.

Então, como foi colocado pelo representante da Anatel, a gente fez todo um trabalho de recadastramento do cadastro pré-pago. A partir de maio a gente começa a implementar o cadastramento on-line mais. Esse cadastramento on-line vai ter uma crítica em cima. Se o camarada ligar para a nossa central de atendimento e disser: "Eu acabei de adquirir um chip pré-pago, meu nome é Alexander Castro, meu CPF é esse, meu RG é esse". Essas informações são checadas on-line, imediatamente, em relação ao que a gente tem no cadastro, ou seja, esse CPF já está sendo utilizado por alguém? Esse RG... Informações relativas... Esse CPF está com algum problema na



Receita Federal? Coisas desse tipo. Essas críticas estão sendo feitas, vão passar a ser feitas, a partir de maio de 2020.

E a última fase, que vai ser implementada em 2020, vai ser o cadastramento digital. É importante ressaltar o que foi colocado aqui pelo representante da Anatel: vai haver um portal, está disponível um portal, para que cada cidadão entre lá, nesse portal - hoje já está disponível -, para poder avaliar se o seu CPF está... Eu já fiz isso, inclusive agora, aqui, 15 minutos antes, eu fiz essa checagem; se o meu CPF ou da minha esposa estão associados a algum chip pré-pago. Isso também é uma possibilidade maior de garantia, para evitar a fraude de subscrição, ou pelo menos minimizar.

O setor também tem trabalhado junto com a Associação Brasileira de Recursos em Telecomunicações, a ABR Telecom, no combate a diferentes tipos de fraudes, incluindo a de subscrição. Então, fraudes do tipo... Por exemplo, está sendo citada aqui a questão das chipeiras, etc. Então a ideia é que as empresas - hoje isso já existe, o sistema da ABR Telecom já está rodando -, que seja verificado se algum tráfego está sendo anormal em relação a determinado chip. Se esse tráfego está sendo anormal, cai na malha fina, há uma verificação por parte das empresas sobre esse tráfego anormal; se muitos chips estão associados a um mesmo CPF, isso também cai na malha fina e se verifica se há algum indício de fraude. Então, dentro da ideia de...

A gente tem outros dois sistemas, que são o Cemi e o Siga, que hoje bloqueiam os aparelhos móveis que estão impedidos, que foram objeto de roubo, ou mesmo aparelhos que são piratas - que é o que o Siga faz -, que usam uma numeração... Cada aparelho de celular tem uma identificação chamada Imei, se esse Imei que está sendo utilizado é um Imei falso, que não está dentro da numeração oficial da GSMA mundial, esse aparelho, então... O usuário recebe uma comunicação, dizendo: "Ó, o senhor tem um problema técnico na sua linha e o senhor, por favor, procure a operadora, porque, senão, em 75 dias esse seu telefone vai ser bloqueado". Alguém pode questionar: "Mas 75 dias é muito". Bom, a gente já está discutindo também isso com a



Anatel no sentido de tentar buscar reduzir esse prazo na medida dos investimentos que precisam ser feitos para se garantir a redução desse prazo.”

Depoimento do Sr. Ricardo Machado, realizado no dia 18 de fevereiro de 2020

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9643>

“Eu tentei sistematizar um resumo dos achados nos nossos esforços para entender melhor os impactos de fake news na escolha e na negação das vacinas, o qual vou apresentar para os senhores aqui agora.

Antes de mais nada, eu queria falar um pouquinho sobre a SBIm, que é uma entidade científica sem fins lucrativos fundada em 1998. É membro da Vaccine Safety Net, que é um órgão criado pela Organização Mundial da Saúde para certificar sites que informam sobre imunização no mundo inteiro. Nós somos os únicos, no Brasil, certificados pela OMS e fomos os primeiros em língua portuguesa.

É também colaboradora do Programa Nacional de Imunizações do Ministério da Saúde, com o objetivo de atualização científica, elaborar calendários e manuais técnicos, colaborar com as ações de saúde pública, zelar pela ética e valorizar as imunizações como instrumento de promoção de saúde.

A divulgação de fake news está nos deixando doentes? Essa era uma pergunta que fazíamos e para a qual tentamos buscar algumas respostas, como aconteceu com a pesquisa realizada com o objetivo de mensurar a percepção da população brasileira sobre vacinação e como as fontes de



informação impactam as escolhas sobre vacinas. Essa pesquisa foi realizada entre 19 e 22 de setembro do ano passado, 2019, com uma amostra de 2.002 brasileiros com 16 anos ou mais, uma margem de erro de dois pontos percentuais e um nível de confiança de 95%. A coleta de dados foi feita pelo Ibope, em entrevistas pessoais, com questionários conduzidos pelos próprios pesquisadores do Ibope.

Aqui é um perfil da população estudada. A gente teve 52% dos entrevistados do sexo feminino, 48% do sexo masculino, pessoas das classes A, B, C, D e E. A faixa etária, como eu já disse, a partir dos 16 anos, pessoas de todo o Território nacional.

Os principais achados, fontes de informação: o que a gente percebeu é que a maior parte da população brasileira, 68%, ainda se informa sobre vacinas pelas mídias tradicionais. Contudo, 48% relataram usar as redes sociais, Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp e outros aplicativos de mensagens simultâneas e instantâneas para se informar sobre vacinas. Conversas com amigos e familiares vêm em terceiro; Ministério da Saúde, em quarto; e médicos, em quinto. Isso é um fator que nos chamou bastante a atenção.

Quando a gente fala que 48% usam as redes sociais, a gente deve considerar também o impacto dessas mesmas redes nas conversas com amigos e familiares. Essas pessoas divulgam as informações por meio das redes sociais, e há também igrejas e outros grupos religiosos que acabam sendo impactados por esse meio, o que faz a gente entender que esse percentual de 48% é, na verdade, bastante superior.

Quando a gente divide entre homens e mulheres, vê que o percentual de homens que se informam pelas redes sociais e WhatsApp é de 49%; de mulheres, 47%.

Quando a gente olha para a população em geral estudada, vê que 67% acreditam em pelo menos uma informação falsa sobre vacinas. Então, no estrato total da amostra, a gente tem que quase sete em cada dez pesquisados acreditaram em pelo menos uma informação falsa sobre vacinas. Quando a



gente olha apenas aqueles que dizem se informar sobre esse assunto nas redes sociais e WhatsApp, esse percentual sobe para 73%.

Quanto às pessoas que são parcial ou totalmente inseguras em relação às vacinas: aqueles que recebem notícias negativas sobre vacinas por redes sociais somam 72%, contra apenas 27% entre aqueles que não usam esses meios para se informar. Quando a gente olha os que se dizem totalmente inseguros, é de 59% o percentual daqueles que se informam pelas mídias sociais e de 38% os que não recebem notícias negativas por redes sociais ou WhatsApp.

Considerando aqui a percepção de segurança das vacinas versus as fontes de informação. Aqueles que sentem algum grau de insegurança em relação às vacinas: 51% contra 39%. Os 51% são aqueles que usam os meios digitais - redes sociais, WhatsApp - para se informar. Quando a gente pergunta "sente total segurança em relação à vacina?", inverte: 58% daqueles que não se informam pelas redes sociais sentem total segurança, e 49% - cai o percentual - entre aqueles que se informam pelas redes sociais.

Não se vacinaram por razões relacionadas à desinformação: na população geral, a gente está falando de 57%. Quando a gente pega aqueles que se informam através das redes sociais, esse percentual já sobe para 63%, e as desinformações mais citadas são: "não achei necessária", "medo de eventos adversos pós-vacinação" - de eventos adversos graves, que é o EAPV -, "medo de ficar doente com a vacina" - que é um tópico extremamente associados às notícias falsas, de que as vacinas causam doenças - e "as notícias e histórias ou alertas online".

Deixou de se vacinar ou de vacinar uma criança sob seus cuidados. Isso a gente está pegando da amostra total: 87% disseram que "não", 13% disseram que "sim".

Quando a gente olha o que significam esses 13%, segundo os dados do IBGE, em população acima dos 16 anos, estamos falando, senhores, de nada menos do que 21 milhões 250 mil brasileiros acima de 60 anos. Trinta e oito



por cento deles fizeram isso por falta de planejamento ou esquecimento, o que está um pouco relacionado também ao âmbito da desvalorização do quanto aquilo é importante para você. A gente sabe que, quanto mais importante, mais a gente planeja para fazer e, quanto menos a gente avalia ser importante, menos atenção a gente dedica.

Os principais achados quanto a atitudes em relação às vacinas: "não achei que a vacina fosse necessária", "falta de informação", "medo de ter algum efeito colateral grave", "difícil acesso aos postos"... Esse é um problema real, hoje a população relata a dificuldade de levar os filhos nos horários comerciais, principalmente as mães que trabalham e não têm como sair - porque estão trabalhando no horário comercial, isso já está sendo revisto pelo PNI -, mas isso aparece lá em quinto lugar.

Existe também o problema do abastecimento, que é um problema mundial e que afeta o Brasil de forma muito importante.

Quando a gente olha a frequência de contato dessas pessoas com mensagens negativas sobre vacinas, vê que 38% dos brasileiros afirmam ter contato com esse tipo de mensagem de "quase todos os dias" a "de vez em quando". É um percentual bastante expressivo também.

Esses dados foram os dados com que a SBIm (Sociedade Brasileira de Imunizações) colaborou com a Avaaz, que foi quem desenvolveu essa pesquisa conosco. E, a partir daí, eles seguiram com uma análise no sentido de buscar a desinformação mais comum sobre vacinas nas mídias sociais, e considerando a desinformação como o ato de informar errado, dados falsos que induzem ao erro, sem entrar no mérito da intenção de seus criadores.

A metodologia para a continuidade desse estudo foi analisar o período de 2016 a 2019. Foram escolhidos como linha de corte os vídeos no YouTube com mais de 10 mil visualizações e foram pegas também 30 notícias que já haviam sido verificadas pelos órgãos de correção de fatos - o próprio Ministério mantém hoje uma equipe dedicada isso, e há agências também que fazem isso, como Fato ou Fake, Lupa, Aos Fatos, entre outras. Então, eram notícias



que já haviam sido geradas como notícias falsas e que haviam sido corrigidas já.

Dessas 30 notícias falsas, houve uma repercussão de mais de 2 milhões de visualizações no YouTube. No Facebook, elas foram visualizadas mais de 23 milhões de vezes, com compartilhamento de 578 mil. No WhatsApp, ao menos metade desse conteúdo analisado foi compartilhado por esse meio, sem falar nos sites que se dedicam a hospedar essas notícias.

Numa análise mais aprofundada no YouTube, foram encontrados 69 dos principais vídeos antivacinação que atingem coletivamente, no período estudado, 9 milhões de visualizações e 40 mil comentários. Então, isso traz uma noção exata do impacto que fake news geram na população.

Apenas um vídeo contra a vacina HPV, que talvez seja uma das mais polêmicas hoje, teve quase 20 milhões de visualizações e 762 mil reações. E a publicação do Ministério da Saúde que desmentia e que trazia a realidade acerca desse fato alcançou, no período do estudo, apenas dez compartilhamentos.

Todos os estudos mostram - estudos internacionais inclusive - que a desinformação se espalha até seis vezes mais rápido do que a verdade. Então, a gente percebe que, apesar dos esforços do Ministério da Saúde e das sociedades científicas para desmentir um fato, a gente está sempre correndo atrás.

A origem. Quase 50% da amostra de fake news corrigidas pelos verificadores brasileiros foi traduzida literalmente ou com base em informações originalmente publicadas em inglês nos Estados Unidos.

Há um dado bastante ilustrativo. As páginas com mais interações nas redes sociais a partir de 2016 aqui no Brasil são a Cruzada pela Liberdade - a gente está falando de 762 mil interações e 350 mil seguidores, senhores -; o Grupo O Lado Obscuro das Vacinas - 64 mil interações, mais de 13 mil membros, mais de 1.970 posts contrários às vacinas -; e Contra Nova Ordem Mundial - 54 mil interações e 22 mil seguidores.



A desinformação mais recorrente no universo estudado é a de que as vacinas obrigatórias - e aí é basicamente a frase citada - são um plano secreto e maligno da "nova ordem mundial" para dominar a sociedade. A gente experimentou um pouco isso na introdução da vacina da influenza, da gripe, em idosos. A adesão no início foi muito baixa porque acreditava-se ser uma ação do Governo para acabar com os idosos e, com isso, reduzir aposentadorias. E o Governo teve de fazer um trabalho, uma programação de imunização e de conscientização, muito grande para mostrar que isso não era verdade.

As vacinas causam autismo: foi um mito criado por um médico que perdeu o registro de Medicina, um médico inglês. O artigo dele foi cassado, mas, apesar disso, o estrago continua acontecendo até hoje. Para quem não sabe, ele tinha uma associação com empresas de advocacia que estavam estudando processo contra laboratórios farmacêuticos. Então, esse artigo foi um artigo fraudado para mostrar evidências falsas de que havia uma associação entre a vacina e o autismo. Isso cessou, acabou, mas o estrago permanece até hoje.

"Metais como mercúrio estão presentes em grande quantidade e podem intoxicar o organismo. Vacinas prejudicam o organismo, enquanto terapias e produtos naturais seriam a verdadeira maneira de prevenir doenças." Ou seja, muitos deles afirmam que, através da medicina natural, é possível manter um sistema imunológico tão eficiente que ele não vai ser abalado pela ação nem de vírus nem de bactérias.

A divulgação de Fake news está nos deixando doentes? A gente tem um resumo aqui para isso.

Sete em cada dez pessoas acreditam em desinformação ou numa informação imprecisa sobre vacina; 13% não se vacinaram - aqueles 21 milhões que eu citei. A maioria das pessoas que pensam que as vacinas são totalmente ou parcialmente inseguras viram informações negativas nas redes sociais ou no WhatsApp. E os vídeos de desinformação no Facebook alcançam



23 milhões de visualizações; no YouTube, mais de 9 milhões entre 2016 e 2019.

Este dado é da Secretaria de Vigilância Sanitária, do Programa Nacional de Imunizações, que traz a cobertura vacinal em crianças menores de um ano, acima de um ano e em gestantes.

É fácil perceber que, a partir de 2015, principalmente 2016, todos os números vermelhos mostram as baixas coberturas vacinais para essas vacinas que são essenciais na infância. E quando a gente olha aqui a última vacina, dTpa, que é contra difteria, tétano e pertussis, que é a coqueluche, para a gestante, que é uma vacina...

A vacinação da gestante é essencial não só para a proteção da gestante, mas porque, através dos anticorpos que ela desenvolve durante a gestação, ela oferece transferência desses anticorpos para o bebê nos primeiros meses de vida, em que ele nasce totalmente limpinho, sem proteção alguma, a não ser a daqueles anticorpos herdados da mãe.

A gente percebe ali 44,97% em 2015, sobe depois um pouquinho para 62% em 2018. Lembrando que as médias perseguidas pelo Ministério da Saúde são de pelo menos 90% - oitenta e pouco, dependendo da vacina - a 95% de cobertura.

A gente humildemente traz algumas considerações que sugerem que possam ser estudadas pelos senhores no sentido de colaborar para que a gente consiga juntos enfrentar a questão da fake news.

Então, o que caberia, entre outras ações, ao Ministério da Saúde, ao Programa Nacional de Imunizações, às organizações científicas, como a SBI, à Sociedade Brasileira de Pediatria, à Sociedade Brasileira de Infectologia e tantas outras e às organizações civis?

Revisar as ações de comunicação das campanhas nacionais de vacinação que já não comunicam mais com eficiência a importância das vacinas.



Ampliar o repertório de informação disponível no meio digital sobre a importância da segurança e da eficácia das vacinas.

Eu digo sempre para os nossos profissionais da saúde, quando estamos reunidos em treinamentos, que a gente precisa ter o mesmo empenho que os antivacínistas têm. Qual a diferença? É que todos nós que atuamos com saúde e acreditamos nas evidências científicas defendemos a vacinação, mas os antivacínistas fazem da não vacinação uma causa. Precisamos fazer da vacinação uma causa. É essa a diferença!

Ampliar as parcerias de mobilização social. Não se pode mais hoje pensar em campanhas ou em qualquer atividade de comunicação que não incluam todas as agências, inclusive os agentes comunitários, que estão muito mais próximos e têm muita credibilidade junto as populações.

Criar mais e novas campanhas de conscientização e educação sobre fake news. Há um dado bastante interessante que mostra que 62% dos brasileiros não sabem reconhecer uma notícia falsa. Então, nós precisamos educar, porque toda fake news tem a mesma característica, ela tem um formato bastante característico e a gente precisa ajudar a população aprender a identificar isso, a colocar aquela pulguinha atrás da orelha.

As plataformas de redes sociais.

É fundamental que elas aumentem a transparência em relação ao que é anúncio e outros conteúdos pagos; que coíbam a ação de robôs, informem quando isso ocorrer e limpem os algoritmos, porque uma vez que um determinado post alcança uma performance muito alta, ele passa, os algoritmos passam a oferecer esse post porque entendem que existe uma relevância naquele assunto já que ele está sendo muito compartilhado. E aí, se você não corrige essa disfunção, fica muito difícil a gente fugir daqueles seis vezes mais compartilhados do que a verdade.

Comunicar à audiência, todos nós que acessamos a internet, sobre fake news e apresentar aos impactados a informação correta, porque se eu sou impactado pela notícia falsa, mas não sou impactado pela correção que o



Ministério da Saúde fez, pela correção que a Sociedade Brasileira de Imunizações, fez fica muito difícil a gente alcançar essa população toda e reduzir esse estrago que é feito pela notícia falsa.

Identificar e remover as contas falsas ou inautênticas. Existe uma estratégia: vários deles se reúnem em sites diferentes para que um gere relevância nos mecanismos de buscas para o outro e são, muitas vezes, perfis de uma mesma iniciativa só para conseguir gerar relevância no meio digital.

Elaborar e apresentar relatórios de correções e informar medidas adotadas. Ou seja, mais uma vez, a transparência é essencial.

Aos legisladores. Ampliar o debate sobre marcos sólidos e democráticos baseados na transparência e na proteção das liberdades. Estabelecer meios legais de responsabilização das plataformas de mídia digital para garantir o quê? Que as correções feitas pelas comunidades científicas alcancem as pessoas afetadas pela desinformação e também impeçam que os algoritmos potencializem a desinformação. O apoio às ações do Ministério da Saúde, do Programa Nacional de Imunizações e das instituições científicas. E manter a sociedade atualizada sobre as ações com vistas a coibir a divulgação de fake news.

Aqui, senhores, talvez poucos saibam do que tratam essas fotos. A imagem em amarelo ilustra melhor o que está nas imagens em preto e branco, que é o chamado pulmão de aço: pessoas que contraíam poliomielite e que ficavam com deficiência pulmonar a ponto de não conseguirem respirar fora desses aparelhinhos. Essa é uma realidade que a gente percebeu, essa daqui também, e que, graças à imunização, graças à campanha de vacinação, foi erradicada do País e está em vias de erradicação no mundo. A pólio, depois da varíola, vai ser a segunda doença erradicada do mundo. A erradicação ocorre quando você elimina a circulação do vírus do Planeta. Não podemos deixar que esforços contrários à qualidade da saúde pública tragam essa realidade de volta. E essa não é uma realidade distante.



Naquela tabela que eu mostrei aos senhores, estava lá a poliomielite também. E as taxas de vacinação da poliomielite estão baixas, muito baixas, muito aquém do desejado. Então, não é uma fantasia termos esse quadro de volta.

Aqui está o certificado da Organização Pan-Americana de Saúde, em 2006, atestando a eliminação do vírus do sarampo do território da Américas, incluindo o Brasil. E esse dado aqui é de 2019, um outro dado de distribuição de casos de sarampo durante todo o ano de 2019. Foram confirmados, em 2019, mais de 18 mil casos de sarampo no Território nacional, uma doença que, em 2006, estava eliminada do País e que só retornou por conta do grande contingente da população sem proteção.

As fake news estão nos deixando doentes? Sim. Não é correto achar que apenas as fake news são responsáveis pelo quadro de baixas coberturas vacinais. É uma situação multifatorial. Existe um problema de abastecimento, que é mundial. Mesmo se vocês percorrerem clínicas de vacinação privadas, elas sofrem tanto quanto os postos de saúde, as unidades básicas. Faltam vacinas em todos os lugares, não só no Brasil. Esse é um problema a que nem a indústria está respondendo com eficiência.

A gente entende que a desinformação sobre nossa saúde não é partidária. Ela diz respeito à vida de todos nós. Essa é uma crise que pode ser corrigida, mas apenas se todos estivermos atuando juntos - sociedade científica, comunidades acadêmicas, instituições governamentais e plataformas de redes sociais, principalmente -, trabalhando para conter a epidemia de desinformação que tem potencial devastador para a saúde pública no Brasil.

Esse era o resumo que nós trouxemos para vocês. Eu, aqui, falando, apresentando isso como Sociedade Brasileira de Imunizações, agora, peço licença para, em alguns segundinhos só, me reportar como cidadão. Eu me lembro de que, quando criança, e acredito que todos os senhores também, recebemos de nossos pais e avós a orientação de que mentir é feio, não é



isso? E a gente precisa recuperar a essência dessa afirmação e desse aprendizado.

O que a gente vive hoje com o crescimento de fake news é consequência, sim, muito mais de uma grande crise institucional, em que a população perde a confiança em todas as instituições, não só nas políticas, mas na classe médica inclusive.

A gente faz campanhas na SBlm em que a gente tem muita interação através do Facebook, usando as ferramentas para comunicar o poder da vacinação. Uma delas se chamava "Quem é sênior vacina", voltada para o público acima de 60 anos. E, em todas as nossas campanhas, não é incomum surgirem comentários do tipo: "Se o Governo está oferecendo, é porque coisa boa não é". Então, a gente precisa - todos, a sociedade unida - recuperar a credibilidade perdida nas instituições de saúde, nas instituições educacionais e nas instituições políticas, porque somente dessa forma a gente vai conseguir combater isso e retomar a crença da população na verdade."

Depoimento do Sr. Lindolfo Antonio Alves Neto, realizado no dia 19 de fevereiro de 2020

Destacamos, no depoimento, os seguintes trechos, sendo que as notas taquigráficas da reunião se encontram, na íntegra, no seguinte endereço eletrônico: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/notas-taquigraficas/-/notas/r/9648>

"Bom, é importante salientar que a Yacows é uma empresa constituída em 2011. Hoje nós temos algumas empresas, logo nós chamamos a Yacows de um grupo de empresas. A Bulk Services é uma plataforma de marketing direto que permite que pessoas possam utilizar para envio das mais diversas mídias, para os mais diversos meios de comunicação.



Então, nós estamos no mercado desde 2011, no desenvolvimento de soluções de marketing nas mais diversas empresas do grupo. A plataforma Bulk Services, que é uma plataforma de marketing direto, foi criada em 2015. A plataforma Bulk Services já ajudou mais de 8 mil empresas desde a sua criação a fazer simplesmente campanhas de marketing, sejam elas através de aplicativos, SMS e voz.

Pode passar, por favor.

Então, eu gostaria de esclarecer as vertentes de atuação de algumas empresas e deixar claro em que mercado elas atuam. Novamente, a Bulk Services não é uma empresa; ela é apenas uma plataforma de marketing direto, pioneira por alcançar os clientes nos mais diversos meios nos quais eles estão presentes, seja WhatsApp, SMS ou voz e ligações.

A Kiplix é uma agência de marketing digital. A Deep Marketing é uma empresa de soluções de marketing digital. E a Maut é uma empresa do grupo focada em soluções de marketing em geral, tá legal?

Por favor.

É importante dizer que, nos quase dez anos em que nós atuamos em todas as empresas do grupo, nós já tivemos mais de 500 funcionários, milhões em impostos arrecadados em nove anos. Até hoje tivemos apenas três ações trabalhistas. Foram disparadas pela nossa plataforma, enviadas mais de 900 mil campanhas para o pequeno, para o médio, para o grande empresário, para a pequena, para a média, para a grande empresa, resultando em milhões em termos de venda, ajudando o pequeno e o médio empreendedor a alcançar os seus clientes através dos aplicativos que eles utilizam.

Por favor.

Qual é o nosso mercado de atuação? Os mais variados. Praticamente nós temos desde a pessoa autônoma passando pela pequena empresa, um bar, um restaurante, passando por empresas de cobrança, lembretes financeiros, mercado financeiro, e-commerce, saúde e educação.



Por favor.

Então, como é que funciona a nossa plataforma? A pessoa, após realizar o devido cadastro dentro da plataforma, tem a sua disposição a possibilidade de fazer o upload, ou seja, inserir os seus contatos dentro dessa plataforma. Nós temos aí tanto a plataforma em si como a possibilidade de integração entre conversas entre plataformas diferentes, nós temos inteligência de envio de acordo com o meio solicitado pelo cliente, pelo tipo de campanha que ele inseriu e, através do canal WhatsApp, SMS ou voz, a mensagem chega ao cliente final.

Por favor.

Alguns cases. Mais do que cases, nós queremos elucidar como é que chega a mensagem ao seu destinatário. Nós praticamente - como eu posso dizer, vamos fazer uma analogia - atuamos como os Correios: a pessoa chega aos Correios, fecha, lacra sua carta, coloca o selinho, coloca nos Correios, o carteiro leva até o destino e a pessoa do outro lado recebe a mensagem, seja ela qual for. Então, basicamente é isso o que a plataforma Bulk Services faz. Ela faz com que as mensagens, nos mais diversos meios, cheguem aos seus destinatários, e as empresas que utilizam as mesmas são responsáveis pela utilização das suas listas, dos seus cadastros, dos seus clientes e também pelo seu conteúdo, tá legal?

Aqui nós temos uma lista de empresas que utilizaram a nossa plataforma, direta ou indiretamente, e que trouxeram resultados... Tem empresas que são clientes há mais de cinco anos.

Pode passar, por favor.

E vem aqui à tona algo muito importante que é a questão relacionada, equivocadamente, a como são utilizadas e como são geradas as linhas para utilização na plataforma de WhatsApp. Eu acredito que não vão conseguir abrir pela apresentação. Então, há um segundo arquivo, que eu peço para poder abrir. É um vídeo com duração de sete minutos, com áudio. Se não tiver áudio, sem problema nenhum, eu posso explicar o procedimento feito pela área



técnica de como são utilizadas as linhas sem a necessidade de utilização de cadastros, sejam eles quais forem...

As operadoras ao registrarem um chip... Você compra, então... Na verdade, vou exatamente explicar conforme está gravado o vídeo. Nós pegamos um chip lacrado, comprado em qualquer banca representante de operadora; filmamos a abertura dele, o rompimento do lacre; e colocamos esse chip num celular. Após cerca de 15...

Como vocês podem ver, nós temos um chip lacrado, um celular... Nós usamos dois celulares para poder mostrar que um vai ser utilizado para fazer o que nós chamamos de subir o sinal ou algo do tipo. Desculpe, eu não tenho muitos detalhes operacionais, e por isso nós fizemos esse vídeo, mas de certa forma, no fim das contas, de uma maneira bem simples, ele vai se comunicar com as torres de celulares. O sinal vai aparecer neste celular pretinho e vocês vão ver que a operadora não solicita nenhum registro prévio para nós podermos realizar única e exclusivamente uma atividade: receber códigos de validação da conta dos aplicativos. Então, estamos inserindo o chip.

Esse vídeo é um pouquinho longo, tem mais ou menos sete minutos. Requer um tempinho até ligar.

Então, basicamente, foi inserido o chip e agora a primeira coisa que vai acontecer é o chip pegar o sinal da operadora. Pegando o sinal da operadora, a primeira coisa que a operadora vai se comunicar com o chip é basicamente pedindo que você dê um o.k. para ela confirmar a geração de um número que acredito ser randômico. Após isso, finalmente nós temos um número de celular, sem realizar nenhum tipo de cadastro. Então, já se comunicou com a operadora, selecionou e agora ele está realizando a comunicação com a operadora para aparecer o número disponível do chip.

Está pedindo para aguardar alguns minutos. (Pausa.)

Pois bem, após isso, com o número em mãos, o que nós vamos fazer? Nós vamos demonstrar lado a lado, dos dois celulares, a utilização desse número no Whatsapp, a linha, o número, e depois, na conclusão, vai chegar o



SMS de confirmação do aplicativo, que nós vamos inserir. Ou seja, é um processo simples, no qual você acabou de adquirir uma linha e você quer utilizá-la no Whatsapp. Podem ver os horários, o número que a operadora gerou. Tudo isso sem nenhum tipo de utilização de cadastro ou qualquer outra questão pertinente a esse processo. (Pausa.)

Pois bem, agora reiniciou o celular. Você pode ver que a própria operadora precisa e habilita o número da linha para receber comunicações dos mais diversos tipos. Por exemplo, como que ela vai falar para a pessoa que ela está sem crédito? Como ela vai dizer, por exemplo, que a pessoa está entrando em roaming em outro país? Há uma série de tecnicidades nas quais se faz necessário ser habilitado, para que você possa estar recebendo esse SMS.

Agora nós vamos começar a fazer o cadastro no aplicativo, utilizando o número da linha fornecido pelo celular do lado. (Pausa.)

Estamos inserindo o número. (Pausa.)

Confirmamos o número do chip do lado. (Pausa.)

Vocês vão ver que, a partir do momento em que nós confirmarmos do lado no aplicativo, vai chegar um SMS com o código de verificação de segurança, que faz com que a sua linha possa ser utilizada no aplicativo.

Chegou agora o código de segurança. (Pausa.)

Foi inserido. (Pausa.)

Pronto, cadastro no WhatsApp foi concluído. (Pausa.)

O aplicativo está pronto para ser utilizado, sem a necessidade de nenhum procedimento adicional. (Pausa.)

Agora, que nós vamos realizar? Enfim, não há o áudio, mas depois esse arquivo vai estar disponível.

Nós vamos fazer uma ligação na qual a primeira mensagem que vai falar da operadora é: "Você não está com essa linha registrada, proceda ao



registro". Para nós, a linha praticamente morreu, nós não utilizamos mais para nada. Então, o destino dela é ser descartada. O.k.? E é isso praticamente que o fim do vídeo vai demonstrar. (Pausa.)

A ligação agora foi concluída.

O que mostramos para vocês agora é que não existe a necessidade de nenhum tipo de cadastro, utilização de CPFs, para receber o código de verificação do aplicativo que nós utilizamos nas campanhas.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Eu sei que interessa a muita gente fazer a confusão, mas nós temos uma investigação, e uma investigação que tem uma linha. V. Exa. contribuiu muito. Eu anotei tudo o que foi respondido, como anoto da oposição, do Governo, seja de quem for. Agora, dentro dessa linha de investigação, a primeira afirmação, que eu queria deixar clara, é que a empresa não está sendo investigada pelo seu tipo de negócio. Os disparos, como um negócio, no Brasil, não são proibidos. Nem na última eleição era proibido. Naquela eleição de 2018 - já que nós estamos voltando a essa discussão -, o disparo coletivo era absolutamente permitido, desde que constasse na prestação de contas de cada candidato. O que se discutiria era se o conteúdo desses disparos se caracterizaria como propaganda eleitoral de cada candidato ou como uma propaganda contra outro candidato, com mentiras, com difamação, etc. Esse é o primeiro aspecto.

O segundo aspecto é que, além disso, a lei determinava que os disparos pudessem ser feitos por cada candidato com um cadastro fornecido por esse candidato, que seria em tese um cadastro partidário. A Deputada Caroline de Toni poderia, utilizando-se dessa empresa ou de qualquer outra, fazer disparos coletivos fornecendo um cadastro vindo de sua campanha, de seus eleitores, do que foi cadastrado no seu partido, dos filiados de seu partido. Nada disso é contra a lei, desde que ela, na prestação de contas dela, estivesse usando, determinando ou prestando contas desse valor que foi usado para esse serviço e para essa empresa.



No entanto, aqui, o senhor deixou algumas perguntas sem resposta... Eu não diria sem respostas, mas com respostas que intrigam o conjunto dos Srs. Deputados, porque aqui já foi afirmado: ninguém entende como é possível fazer os disparos sem CPF do chip, sem a existência inicial de um CPF.

Eu também queria lhe perguntar, a respeito da sua empresa, em outra direção. O senhor disse que se tratava - apresentou ali - de um grupo de empresas: a Yakows, a Kiplix, a Deep Marketing e a Maut, e afirmou que se tratava de empresas do grupo. Só que, do ponto de vista contratual, essas empresas têm CNPJs diferentes uns dos outros. Uma empresa, que é a Yakows, tem como sócios - eu queria que V. Exa. confirmasse - Flávia Alves e Lindolfo Antônio Alves Neto. O senhor confirma?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Confirmo.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - A empresa Deep Marketing tem um determinado CNPJ: 13.394.053/0001-86. Já a empresa Deep Marketing Ltda. tem também, nesse quadro de sócios, o senhor e a sua irmã, Flávia Alves, certo?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Sim.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Já na Kiplix o senhor é sócio de uma outra pessoa, o André Martins Simões.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Desculpe, é a Deep Marketing.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - A Deep Marketing?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Isso.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - André Martins Simões?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Confirmo.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Certo.



Já na Kiplix, que é a quatro, o senhor novamente tem como sócia a Flávia?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Sim.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - E, além disso, o senhor tem também uma outra empresa que foi citada aqui, a Maut, cujos sócios são... O senhor podia dizer o nome dos sócios?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Maria de Lourdes Alves e Flamarion Alves.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Que são seus pais? Ou é sua mãe e seu irmão?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Minha mãe e meu irmão.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Pois é, mas todas elas têm CNPJs diferentes?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Sim.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Constituindo-se diferentemente do que um grupo econômico se constitui.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - No meu entendimento, Excelência, um grupo econômico é uma empresa que faz negócio entre si. É esse o meu entendimento e baseada nisso foi a minha resposta.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Mas não como o entendimento da lei. A lei define grupo empresarial, grupo de empresas que pertencem ao mesmo grupo de maneira diferente.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Perfeito.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Então, registre-se, eu não sei bem o porquê desse movimento, talvez até seja uma questão



fiscal, tributária, uma burla tributária. Isso nós vamos ver em outro tipo de infração.

Mas aqui, de uma maneira muito especial, a sua empresa foi acusada - e o senhor já respondeu na Justiça trabalhista - por um funcionário que o acusou aqui praticamente de trabalho escravo. Nós não estamos aqui para analisar essa acusação trabalhista em relação à sua empresa, no entanto eu queria lhe perguntar: quantos funcionários trabalhando na Yacows antes, durante e depois do período eleitoral de 2018?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Por volta, anterior a 2018, período eleitoral, cerca de cem.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Cem.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Durante as eleições, nós tivemos por volta de 250 pessoas.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Mas veja bem, o senhor falou ali na sua apresentação que chegou a ter no grupo... O que dificulta analisar, porque nós estávamos chamando aqui para discutir a Yacows... Então, o senhor apresentou ali cerca de 600 funcionários.

O SR. TÚLIO GADÊLHA (PDT - PE. Para interpelar.) - Quinhentos.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Perfeito: dos nove anos, desde a criação da empresa...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Desde a criação, não foi durante...

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - ... já passaram mais de 500 funcionários. Foi isso a que eu quis me referir, Excelência.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - A fala do Sr. Hans disse que a Yacows tinha, naquele momento, durante o período eleitoral,



enquanto ele esteve lá, cerca de mais de 500 funcionários naquele momento eleitoral. O senhor confirma isso?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Não confirmo.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Certo.

Quem exercia as funções de diretor, gerente, supervisor, coordenador e operador no período eleitoral? Se possível, os nomes completos.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Obviamente, eu, Lindolfo Alves, era um executivo da empresa, sócio; a Flávia, na sua parte administrativa, também era sócia. Não me recordo exatamente a hierarquia. Passaram-se muitas pessoas nesse período e, até hoje, há mudança do quadro de funcionários, ela foi constante. Não saberia lhe responder neste exato momento quais eram as pessoas no quadro operacional, Excelência.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Porque no processo trabalhista e aqui, foram citadas pessoas com quem o Sr. Hans trocou mensagens, e ele não soube declinar o sobrenome de cada uma dessas pessoas. Aliás, ele nem lembrava quais eram as funções. Chegou a se lembrar da função de uma moça, se não me engano de nome Sabrina, que seria do RH. O senhor confirma isso?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Sim, ela era uma pessoa, na verdade, da parte administrativa.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Certo.

O senhor disse que acha que... Usou a expressão grupo econômico em relação a essas empresas em função de que elas trocavam serviços entre si. Essa é uma função muito vaga, porque, senão, qualquer empresa e agência de publicidade que trocasse um serviço de contrato com o senhor poderia ser considerada do mesmo grupo. Mas quando o Hans vai à Justiça do Trabalho, ele se diz surpreso, porque, apesar de ter feito uma ação contra a Yacows, ele se vê diante de três ou quatro advogadas empresárias da Deep Marketing, da



Maut; ou seja: quem, afinal, o havia contratado? Chegou até a falar que havia um advogado da AM4. Quem, afinal, o contratou?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - A Maut o contratou, Excelência.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - A Maut contratou.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Isso.

Como acredito que ele tenha se equivocado também - após diversos contatos no nosso departamento pessoal, não compareceu à empresa nem para assinar os documentos de demissão -, ele provavelmente se equivocou por qual empresa ele tinha sido contratado e qual era a empresa dentro desse grupo econômico.

Referente a todas as empresas que ele cita, acredito eu que por dois motivos: primeiro que dentro da empresa todos sabem da existência de todas as empresas. Temos até grupos de comunicação com o nome Grupo Yacows, com os nomes das empresas. E, segundo, sobre por que talvez ele tenha citado, eu acredito que, quando nós fizemos o acordo trabalhista, dentro desse acordo trabalhista, acredito que advogados, por questões jurídicas - desculpe -, tenham colocado os nomes de todas as empresas no papel que ele assinou.

Se eu não me engano... Qual é a última pergunta? Perdão.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - É por que ele... Eu tinha perguntado qual empresa o contratou.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Maut. O.k.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Mas ele fez uma ação contra a Yacows. Ele disse aqui ter sido contratado pela Yacows.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Eu acredito que ele se equivocou e, obviamente, acredito eu que... Eu não posso explicar por que o advogado dele decidiu entrar contra a Yacows, se todos os registros,



holerites tinham sido feitos em nome da Maut. O distrato do contrato, na Justiça do Trabalho, foi feito em nome da Maut.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - A Yacows é contratada diretamente para o disparo de mensagens?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Grande parte, sim.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - E, além disso, o senhor tem contrato terceirizado, ou seja, outras empresas, agências de publicidade contratam, fazem o contrato, tanto empresarial quanto no período de campanha, com o senhor?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Sim.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor poderia dizer quais as empresas que fizeram o contrato com o senhor nesse período, as empresas de publicidade?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Empresas de publicidade eu teria que levantar, não me vem à...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor poderia nos enviar, enviar à CPMI o nome dessas empresas?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Por orientação do advogado, não vamos enviar.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Muito obrigado.

O senhor também se colocou contrário à informação dada pelo Hans de que havia, de que ele trabalhou, de que teve contato com um cadastro - foi assim que ele usou o nome - de CPFs de 10 mil idosos para habilitação de linhas celulares. Ele chegou até a definir o prazo: pessoas nascidas entre 1933 e 1953, se não me engano, ou seja, de pessoas acima de 65 anos. De que forma o senhor adquiriu esse cadastro? Como o senhor tinha acesso a esse cadastro, ele existia?



O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Desconheço esse procedimento, Excelência.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor nega, portanto, a existência de um cadastro com essa característica, com esse detalhamento feito pelo Hans?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - A empresa não se utiliza desses artifícios. Como nós mostramos, nós não precisamos. Pela conta aqui nós conseguimos usar uma linha sem o cadastro de quem quer que seja, ou o CPF.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Como é essa infraestrutura? O senhor mostrou ali, mas eu queria que repetisse: como é a infraestrutura para a realização dos disparos?

Quantas linhas de celulares estão habilitadas para a realização dos disparos?

Essas linhas estão habilitadas em nome da empresa, de algum de seus sócios?

Como é que se dá esse processo de habilitação dessas linhas?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Perfeito, vamos lá.

O procedimento operacional: a pessoa se cadastra na plataforma, correto? Nisso ela deixa nome, CPF, CNPJ, endereço, cria seu usuário e senha e confirma esse cadastro.

Entrando na plataforma, ela faz o upload, ou seja, envia para a nossa plataforma os números dos destinatários os quais ela deseja que receba essas mensagens. Esse é praticamente o segundo passo depois do cadastro.

O terceiro de passo é, de fato, ela criar essa campanha, seja pelo WhatsApp, SMS ou qualquer outro meio. Ela coloca o seu conteúdo, de acordo



com o público que ela deseja alcançar, e envia. Então, isso, do ponto de vista do cliente, é o procedimento realizado.

Após isso, na nossa plataforma existe um painel operacional no qual os operadores podem fazer o download de acordo com a ordem de cadastro e prioridade que a plataforma define, e, dentro dos celulares, eles podem fazer os envios dessas mensagens. Então, dando como exemplo o WhatsApp, no celular, ela pega esse aparelho, há aquele processo do cadastramento da linha, sobre o qual nós falamos como é feito, e, após isso, ele configura o WhatsApp e faz os envios para esses destinatários que estão na agenda, que são os destinatários das campanhas.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Essa plataforma, portanto, é o principal produto que a sua empresa oferece aos clientes - as plataformas Bulk Services e maestro?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - O maestro é uma plataforma que não existe. Na verdade, era um apelido interno - só para deixar claro - do painel operacional. Respondendo à pergunta: a Bulk Services, sim, é a plataforma de marketing direto e é o principal produto.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - E o senhor acabou, portanto, de explicar como é que o cliente acessa a Bulk Services?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Perfeitamente.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Só mais um pouquinho aqui.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Claro.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Sobre o cadastro de chips, de telefones, pergunto novamente: como eram feitos? Quem participava desse cadastramento de chips?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Perfeito. O cadastramento dos chips, como nós mostramos até no vídeo, é feito pelos



operadores, que nós chamamos, de acordo com determinada campanha, quantas mensagens precisam utilizar, para quem precisa...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Operadores, no caso - desculpe-me interrompê-lo -, o senhor está utilizando no sentido daquelas pessoas que trabalhavam na empresa.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Trabalhavam e trabalham atualmente.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Trabalhavam e trabalham. Então, o Hans era um desses operadores?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Exato.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - As operadoras utilizadas nos disparos foram todas as operadoras: TIM, Vivo, Claro?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Sim.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Cada uma com o número máximo de quatro chips?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Desculpa, como assim quatro chips?

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Cada operadora dessa o senhor usava?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Não. Na verdade, tinha a quantidade "x" necessária para enviar às campanhas.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Em cada uma das operadoras.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Na verdade, eram diversos chips de diversas operadoras. Eu acredito que a senhora queira se referir à questão de CPFs por chip. Como nós não usávamos CPFs e não usamos CPFs no cadastro, conforme nós demonstramos aqui no vídeo, não existe essa limitação. O.k.?



A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Em relação às linhas habilitadas em outros países para o envio de disparo, o senhor poderia explicar a esta Comissão como tais números foram obtidos e como se dá a infraestrutura para a sua utilização no Brasil?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Claro. Existe, mundo afora, a tecnologia que nós chamamos de Voz sobre IP, que o pessoal conhece como VoIP. Existem diversas plataformas em que você pode pegar uma linha dessa, que é uma linha virtual internacional, e pode realizar todo o processo de cadastro no WhatsApp, ou seja, não é um chip que está sendo utilizado. Ele nem é um chip de fato. Ele não é fisicamente um chip. Ele não é inserido dentro deste celular. Nós, simplesmente, usamos o segundo passo daquele vídeo que foi mostrado, que é realizar o cadastro de acordo com o número dado pela plataforma. Nós pegamos e inserimos no WhatsApp, recebemos dentro dessa plataforma o código e prosseguimos aí com o envio das campanhas dos clientes.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - A quem pertencia o telefone: (011)98915-5543?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Desconheço.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Eles foram assumidos aqui pelo Hans que eram dos supervisores de sua empresa.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Desconheço.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Da Yacows.

E o (11)9985-3203 e 36?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Esse é meu número pessoal há 15 anos.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O seu número pessoal.

E (11)98608-8432?



O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Desconheço.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Segundo ele... Aliás, eram do grupo da diretoria, todos esses números eram números de diretores de sua empresa - seu, de sua irmã e de mais algum diretor.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Não, o telefone da minha irmã é outro, que não está listado aí.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Quando, em que mês e ano, Hans River foi contratado?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Olha, desculpa não saber exatamente, mas provavelmente entre fim de julho e início de agosto - não mais do que fim de agosto e início de setembro. Nós podemos verificar isso para disponibilizar essa informação.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Certo.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - O número que eu sei...

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Essa contratação acontece com algum tipo de seleção ou algum nível de indicação de empresa, do que for?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - No caso específico do Hans, nós contratamos uma consultoria para nos ajudar a fazer a seleção à qual ele se candidatou e, após aplicados alguns testes e a pessoa tendo aptidão para executar o que nós precisamos, eles são passados para fazer uma seleção mais assertiva, juntamente com ou o gerente da área ou alguma outra pessoa que requereu essa vaga dentro da empresa.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - O senhor pode dizer o nome completo de Daniel Hugo e Sabrina? São funcionários da Yacows?



O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Sabrina... Meu Deus... Posso checar isso - Alcântara Machado, se eu não me engano.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - E Daniel Hugo?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - O Daniel Hugo, desculpa, desconheço.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Qual a relação de Richard William Lucio com a Yacows?

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - O Richard? Richard William Lucio é o nome completo dele?

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Richard William Papadimitriou Lucio.

O SR. LINDOLFO ANTÔNIO ALVES NETO (Para depor.) - Ah, o.k. Ele é gerente de vendas.

A SRA. LÍDICE DA MATA (PSB - BA. Como Relatora.) - Gerente de vendas.

Para mim... Inicialmente... Se eu sentir necessidade de fazer outra pergunta depois, eu farei. Muito obrigada, Sr. Presidente.”

DOCUMENTOS RECEBIDOS PELA CPMI

Ao longo dos trabalhos da CPMI, sua secretaria recebeu diversos documentos, que vieram de contribuições de parlamentares, membros ou não da Comissão; de convidados em audiências; e como fruto de requisições de informações da própria comissão. Tais documentos foram essenciais para se compor um conjunto rico e abrangente de informações, que tornou possível avançar significativamente na investigação dos temas objeto deste colegiado. Listamos, abaixo, todos os documentos recebidos pela CPMI ao longo do seu período de funcionamento.



Nº	ORIGEM	DATA RECEBIMENTO	REMETENTE	CAIXA	EM RESPOSTA
ARQUIVOS	DESCRIÇÃO				
1		02/10/2019	Brasil Facebook	1	Of. 5 / 2019 (Req. 89 / 2019)
	<ul style="list-style-type: none"> • DOC 001 Encaminha comunicado do Facebook Brasil com lista de perfis removidos pela plataforma por violarem políticas de autenticidade. <p>Documentação contendo:</p> <p>4 folha(s).</p>				
2		03/10/2019	Deputada Lídice da Mata	1	
	<ul style="list-style-type: none"> • DOC 002 Tradução do texto "Desinformação e as Eleições de 2020: Como as Redes Sociais Deveriam se Preparar", de Paul M. Barrett. <p>Documentação contendo:</p> <p>29 folha(s).</p>				
3		03/10/2019	Deputada Lídice da Mata	1	



CD/22239.71019-00



* CD 222397101900 *
ExEdit



- **DOC 003** Tradução do texto "Desinformação e 'notícias falsas': Relatório Final", do Comitê Digital, da Cultura, dos Meios de Comunicação e Esporte da Câmara dos Comuns do Reino Unido.

Documentação contendo:

106 folha(s).

4		09/10/2019	Brasil Facebook	1	Of. 5 / 2019 (Req. 89 / 2019)
---	--	------------	--------------------	---	---

- **DOC 004** Encaminha resposta do Facebook, Inc. indicando a relação das 196 páginas e dos 87 perfis removidos, bem como apresentando as razões para remoção.

Documentação contendo:

15 folha(s).

5	Ofício/CONLEG-SF 108/2019 11/10/2019	nº11/10/2019	Consultoria Legislativa do Senado Federal	1	
---	--	--------------	--	---	--

- **DOC 005** Encaminha Nota Informativa nº 5.305, de 2019, contendo Estudo técnico solicitado pelo Requerimento nº 11/2019-CPMI FAKENEWS.

Documentação contendo:

69 folha(s).

6	Ofício nº 1936 14/10/2019	16/10/2019	MPDFT Ministério Público do Distrito Federal e Territórios	-1	Of. 6 / 2019 (Req. 92 / 2019)
---	------------------------------	------------	---	----	---



- **DOC 006** Encaminha as informações prestadas pela Unidade Especial de Proteção de Dados e Inteligência Artificial do Ministério Público do Distrito Federal e Territórios.

Documentação contendo:

2 folha(s).

7	Ofício	nº24/10/2019	Polícia	1	Of. 7 /
	935/2019/SEAPRO/GAB		Federal		2019
	/PF				(Req. 93 /
	22/10/2019				2019)

- **DOC 007** Encaminha o despacho SRCE/DASP/CGDI/DICOR/PF 12774019.

Documentação contendo:

3 folha(s).

8	Ofício	n. 12/2019-25/10/2019	Consultoria	1	Of. 3 /
	CONLE		Legislativa da		2019
	10/10/2019		Câmara dos		(Req. 11 /
			Deputados		2019)

- **DOC 008** Encaminha estudo técnico solicitado pela CPMI.

Documentação contendo:

46 folha(s).

9	Ofício	GAB-SPR	nº30/10/2019	TSE - Tribunal1	Of. 4 /
	4385/2019			Superior	2019
	25/10/2019			Eleitoral	(Req. 14 /
					2019)
					Of. 16 /
					2019
					(Req. 154
					/ 2019)



- **DOC 009** Encaminha o registro das atividades do então Conselho de Internet e
- **Mídia 9.1** Eleições, bem como as atas das reuniões realizadas e documentação complementar.

Mídia(s) recebida(s):

9.1 - Registro das atividades, Atas, Portarias e Notícias.

Documentação contendo:

144 folha(s).

10	s/n	30/10/2019	Alexandre	1
	30/10/2019		Frota	



CD/22239.71019-00



- **DOC 10.1** Documentação encaminhada pelo Dep. Alexandre Frota durante seu (59 fls.) depoimento à CPMI realizado em 30/10/2019, numerada conforme foi
- **DOC 10.2** entregue: 10.1 - "Convocações de Olavo ao linchamento de Mourão (23 fls.) em Janeiro" 10.2 - Doc. referente a Santos Cruz 10.3 - "Perfis que comemoram a demissão de Santos Cruz" 10.4 - "Dados da convocação ao linchamento contra Rachel Sheherazade em 2017"
- **DOC 10.3** (23 fls.) 10.5 - Matheus Galdino 10.6 - Steh Papaiano 10.7 - Dylan Dantas
- **DOC 10.4** (28 fls.) 10.8 - Maicon Tropiano 10.9 - Edson Salomão 10.10 - Rose Limeira
- **DOC 10.5** (8 fls.) 10.11 - Andre Petros 10.12 - Lilian Goulart 10.13 - Jhonatan Valencio
- **DOC 10.6** (5 fls.) 10.14 - Jorge Luiz 10.15 - Lucas Lício Reis 10.16 - Thiago Henrique Theodoro 10.17 - Adriano Costa E Silva 10.18 - Filipe G. Martins
- **DOC 10.7** (15 fls.) 10.19 - Frederico d'Avila 10.20 - Allan Dos Santos 10.21 - Dylan Dantas 10.22 - Profe Paula Marisa 10.23 - Crítica Nacional 10.24 - Alencar Paiva 10.25 - Leandro Ruschel 10.26 - Tatiana Alvarez 10.27 - Rose Limeira 10.28 - Wellington Santos 10.29 - "O 'conservadorismo' do dinheiro alheio 10.30 - "Os soldados digitais de Bolsonaro e o 15 de novembro" 10.31 - "Perfis que se comportam como robôs ajudam a turbinar pautas bolsonaristas nas redes" 10.32 - Tweets de Margareth Jogaib 10.33 - "Atacado por foto falsa de Greta, Eduardo Bolsonaro integra CPI de fake News 10.34 - Caso Tirapani 10.35 - Documentos 10.10 (9 fls) diversos
- **DOC 10.10** (9 fls) Documentação contendo:
- **DOC 10.11** (23 fls.) 501 folha(s).
- **DOC 10.12** (9 fls.)
- **DOC 10.13** (13 fls.)
- **DOC 10.14** (fls. 15)
- **DOC 10.15** (12



- fls.)
- DOC
10.16 (14
fls.)
- DOC
10.17 (6
fls.)
- DOC
10.18 (6
fls.)
- DOC
10.19 (5
fls.)
- DOC
10.20 (12
fls.)
- DOC
10.21 (3
fls.)
- DOC
10.22 (18
fls.)
- DOC
10.23 (18
fls.)
- DOC
10.24 (6
fls.)
- DOC
10.25 (4
fls.)
- DOC
10.26 (4
fls.)
- DOC



CD/222399.71019-00



* CD 2223997101900*
#xEdit



- 10.27 (5 fls.)
- DOC
- 10.28 (11 fls.)
- DOC
- 10.29 (2fls.)
- DOC
- 10.30 (2 fls)
- DOC
- 10.31 (8 fls.)
- DOC
- 10.32 (4 fls.)
- DOC
- 10.33 (3 fls.)
- DOC
- 10.34 (28 fls)
- DOC
- 10.35 (50 fls.)



CD/22239.71019-00

11	s/n	30/10/2019	LIndolfo	1
	30/10/2019		Antonio Alves	
			Neto	



* CD 222397101900*
ExEdit



- **DOC 011** Procuração do Sr. Lindolfo Antonio Alves Neto

Documentação contendo:

2 folha(s).

12	01/11/2019	01/11/2019	7ª Vara Cível1 do Foro Central da Comarca de São Paulo	Of. 14 / 2019 (Req. 92 / 2019)
----	------------	------------	--	--

- **DOC 012** Informa que a Ação Civil Pública solicitada não se encontra na unidade judiciária.

Documentação contendo:

4 folha(s).

13	Ofício 158/2019/SFPOSTF/GA BVPGR 25/10/2019	nº05/11/2019	PGR Procuradoria Geral da República	-1 Of. 9 / 2019 (Req. 93 / 2019)
----	--	--------------	--	---

- **DOC 013** Informa que o Inquérito Policial IPL 1308/2018 tramita na Justiça Eleitoral da Distrito Federal - 1ª Zona Eleitoral.

Documentação contendo:

5 folha(s).

14	Ofício 133/2019 05/11/2019	05/11/2019	Deputada Maria do Rosário	2
----	-------------------------------	------------	---------------------------------	---

- **DOC 014** Encaminha dossiê sobre calúnias e fake news divulgadas pelo Sr. Allan dos Santos.

Documentação contendo:



15 folha(s).

15	S/N	05/11/2019	Alexandre Frota	2
	05/11/2019			

- **DOC15** Documentação entregue pelo Deputado Alexandre Frota durante a reunião realizada em 5/11/2019.

Documentação contendo:

31 folha(s).

16	S/N	01/11/2019	Alexandre Frota	2
	01/11/2019			

- **Vídeo** Vídeo entregue pelo Deputado Alexandre Frota no dia 1º/11/2019.
- **Despacho** Mídia(s) recebida(s):

16.1 - Vídeo

Documentação contendo:

folha(s).

17		06/11/2019	Procuradoria da República em Goiás	2	Of. 18 / 2019 (Req. 208 / 2019)
----	--	------------	------------------------------------	---	----------------------------------



- **DOC 017** Encaminha cópia do Inquérito Civil nº 1.18.000.002758/2017-49.

- **Inquérito Civil**
Mídia(s) recebida(s):
17.1 - Inquérito Civil

Documentação contendo:
1 folha(s).

18	s/n	06/11/2019	Alexandre Frota	2
	06/11/2019			

- **DOC 018.1** Documentação entregue pelo Deputado Alexandre Frota durante a reunião realizada em 6/11/2019.
- **DOC 018.2** Documentação contendo:
20 folha(s).

19	Ofício nº 04/2019 - IPL08/11/2019 1308/2018-4 - SRCE/DASP/CGDI/DIC OR/PF	Polícia Federal	2	Of. 7 / 2019 (Req. 93 / 2019)
	07/11/2019			

- **DOC 019** Encaminha o Inquérito Policial nº 1308/2018-4 SR/PF/DF. Documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Inquérito policial - CPP, art. 8-4 20.

Mídia(s) recebida(s):
19.1 - IPL nº 1308/2018-4

Documentação contendo:
7 folha(s).



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



20	s/n 12/11/2019	12/11/2019	Procuradoria da República em Goiás - PRGO	2
----	-------------------	------------	---	---

- **DOC 020** Encaminha cópia digitalizada do IC 1.18.000.002758/2017-49 a partir da página 321 até a página 348 (final).

Documentação contendo:

57 folha(s).

21	12/11/2019	18/11/2019	Whatsapp Inc.	2	Of. 17 / 2019 (Req. 206 / 2019)
----	------------	------------	---------------	---	-------------------------------------

- **DOC 021** Presta informações a respeito das medidas tomadas pela empresa no período que antecedeu as eleições nacionais de 2018, e encaminha informações de algumas contas banidas no período em questão por violar os Termos de Serviço, da mesma forma que informado aos Tribunais Eleitorais. Documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Sigilo telefônico - CF, art. 5º, XII.

período Mídia(s) recebida(s):

referido

21.1 - Informações de algumas contas banidas no período referido

Documentação contendo:

6 folha(s).

22	13/11/2019	18/11/2019	7ª Vara Cível do Foro Central da Comarca de São Paulo	2	Of. 40 / 2019 (Req. 92 / 2019)
----	------------	------------	---	---	------------------------------------



- **DOC 022** Encaminha íntegra da Ação Civil Pública nº 0080745-
- **Ação Civil** 94.2019.8.26.0100. Documento de acesso restrito aos membros da Pública nº comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal 0080745- - Segredo de justiça - CPC, art. 189.

94.2019.8
.26.0100

Mídia(s) recebida(s):
22.1 - Ação Civil Pública nº 0080745-94.2019.8.26.0100

Documentação contendo:

1 folha(s).

23	CONLEG 120/2019	18/11/2019	CONLEG-SF 2
	12/11/2019		

- **DOC 023** Atende ao memorando nº 009/2019-CPMI/Fake News, encaminhando Nota Informativa nº 6.069, que analisa a legalidade do Req. nº 266/2019 desta Comissão.

Documentação contendo:

7 folha(s).

24	Ofício CGE nº 96/2019	19/11/2019	Ministro FERNANDES	OG2	Of. 15 / 2019 (Req. 153 / 2019) Of. 19 / 2019 (Req. 224 / 2019)
	11/11/2019				

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



- **DOC 024** Encaminha cópia integral das ações de investigação da justiça eleitoral (AIJE) 0601771-28 e 060177905. Parte da documentação de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Segredo de justiça - CPC, art. 189; e Sigilo fiscal - Lei 5.172/1966, art. 198.

- **Mídia** 24.1
Mídia 24.2
Mídia 24.3

24.1

24.2

24.3

Documentação contendo:

5 folha(s).

25	s/n	19/11/2019	Alexandre Frota	2
	30/10/2019		Deputado Federal da Câmara dos Deputados	-

- **DOC 025** Termo de autorização de transferência de sigilo de dados de comunicações telefônicas assinado pelo Deputado Alexandre Frota.

Documentação contendo:

1 folha(s).

26	OFÍCIO 113/2019/GAB/PF	Nº20/11/2019	Polícia Federal	2	Of. 31 / 2019 (Req. 23 / 2019)
	20/11/2019				



- **DOC 026** Indica o Delegado de Polícia Federal Carlos Eduardo Miguel Sobral e o Perito Criminal Federal Ivo de Carvalho Peixinho, para auxiliarem nos trabalhos desta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito.

Documentação contendo:

1 folha(s).

27	Ofício GP nº 377/2019 21/11/2019	21/11/2019	Tribunal Regional do Trabalho - 2ª Região – São Paulo	2	Of. 20 / 2019 (Req. 228 / 2019)
----	-------------------------------------	------------	---	---	----------------------------------

- **DOC 027** Encaminha cópia da reclamação trabalhista nº 1001295-45.2018.5.02.0066. Documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal trabalhista - Segredo de justiça - CPC, art. 189.

nº Documentação contendo:

1001295-45.2018.5.02.0066.
86 folha(s).

28	Ofício n. 15/2019 CONLE 25/11/2019	-25/11/2019	Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados	2	Of. 38 / 2019
----	--	-------------	---	---	---------------

- **DOC 028** Encaminha consulta realizada pela Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados sobre a legalidade do Requerimento nº 226/2019 da CPMI das Fake News.

Documentação contendo:

19 folha(s).

29		26/11/2019	Alexandre Frota	2	
----	--	------------	-----------------	---	--



- **DOC 029** Documentação entregue pelo Deputado Alexandre Frota durante a reunião realizada em 26/11/2019.

Documentação contendo:

26 folha(s).

30		27/11/2019	Miguel Andrade Freitas	de2
----	--	------------	------------------------------	-----

- **DOC 030** Documentação entregue pelo Sr. Miguel de Andrade Freitas durante a reunião realizada em 27/11/2019. Parte da documentação de acesso - anexos restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações sigilosos recobertas por sigilo legal - Sigilo telefônico e de correspondência -
- **Despacho** CF, art. 5º, XII.

Mídia(s) recebida(s):

30.1 - DOC 030 - anexos sigilosos

Documentação contendo:

32 folha(s).

31	Ofício n. 114/GMAM 28/11/2019	05/12/2019	STF Supremo Tribunal Federal	-2	Of. 8 / 2019 (Req. 94 / 2019) (Req. 107 / 2019)
----	----------------------------------	------------	---------------------------------------	----	--

- **DOC 031** Informa que o Inquérito solicitado pela CPMI aguarda conclusão de diligências sigilosas realizadas.

Documentação contendo:

1 folha(s).

32		05/12/2019	Alexandre	2
----	--	------------	-----------	---



Frota

- **DOC 032** Documentação entregue pelo Deputado Alexandre Frota durante a
- **DOC 032** reunião realizada em 4/12/2019. Parte do documento de acesso - parte restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações sigilosa recobertas por sigilo legal - Sigilo telefônico - CF, art. 5º, XII.

Documentação contendo:

260 folha(s).

33	05/12/2019	Joice Hasselmann	2
----	------------	------------------	---

- **DOC 033** Laudo técnico entregue pela Deputada Joice Hasselmann durante a reunião realizada em 4/12/2019. Documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Sigilo telefônico - CF, art. 5º, XII.

Documentação contendo:

79 folha(s).

34	09/12/2019	11/12/2019	Claro S.A.	2	Of. 44 / 2019
----	------------	------------	------------	---	---------------

- **DOC 034** Encaminha dados telefônicos do Sr. Alexandre Frota. Documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Sigilo telefônico - CF, art. 5º, XII.

Mídia(s) recebida(s):

34.1 - Dados telefônicos do Sr. Alexandre Frota, conforme DOC 025

Documentação contendo:

3 folha(s).



35	s/n	11/12/2019	Alexandre Frota	2
	11/12/2019			

- **DOC 035** Documentação entregue pelo Deputado Alexandre Frota durante a reunião realizada em 11/12/2019. Documentação de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Sigilo telefônico e de correspondência - CF, art. 5º, XII.

Documentação contendo:

19 folha(s).

36	Ofício	nº11/12/2019	ANATEL	-2	Of. 44 /
	546/2019/GPR-ANATEL		Agência		2019
	04/12/2019		Nacional de		
			Telecomunicações		

- **DOC 036** Informa que encaminhou às Prestadoras de Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC), Serviço Móvel Pessoal (SMP) e Serviço Móvel Especializado (SME) o pedido de transferência de sigilo telefônico do Sr. Alexandre Frota de Andrade.

Documentação contendo:

2 folha(s).

37	s/n	12/12/2019	Instituto	2
	11/12/2019		DataSenado -	
			do Senado	
			Federal	



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



- **DOC 037** Pesquisa do Instituto de Pesquisa DataSenado sobre redes sociais, notícias falsas e privacidade de dados na internet. O trabalho foi mencionado pela Relatora da CPMI durante a 17ª reunião.

Mídia(s) recebida(s):

37.1 - Pesquisa DataSenado

Documentação contendo:

113 folha(s).

38	CT - 238357/2019 TRA -16/12/2019	Vivo S.A.	2	Of. 44 /
	VIVO SP			2019
	13/12/2019			

- **DOC 038** Encaminha dados telefônicos do Sr. Alexandre Frota. Documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Sigilo telefônico - CF, art. 5º, XII. Documento físico recebido por correios em 17/01/2020.

Mídia(s) recebida(s):

38.1 - Dados telefônicos do Sr. Alexandre Frota, conforme DOC 025

Documentação contendo:

8 folha(s).

39	Ofício nº 343/2019	16/12/2019	Deputado	3
	16/12/2019		Nereu Crispim	



CD/22239.71019-00



- **DOC 039** Encaminha denúncia de uma organização criminosa digital com a participação do Deputado Federal PSL/RS Ubiratan Sanderson (ex policial federal), Deputado Estadual PSL/RS Luciano Zucco (ex tenente coronel do exército), Coordenador da bancada PSL na Assembleia Legislativa RS Coronel Andreuzza e o Delegado da Polícia Federal na ativa Luciano Ledur, entre outros participantes. Documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Sigilo telefônico - CF, art. 5º, XII; e Segredo de justiça - CPC, art. 189.

Mídia(s) recebida(s):

39.1 - Pen-drive contendo a denúncia

Documentação contendo:

2 folha(s).

40	Ofício nº 344/2019	17/12/2019	Deputado	3
	16/12/2019		Nereu Crispim	

- **DOC 040** Encaminha denúncia de um grupo criminoso liderado por um cidadão que coordena mais de 40 páginas e perfis com característica de milícia digital que comete crimes de Fake News e de injúria, calúnia, difamação contra agentes políticos. Documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Sigilo telefônico - CF, art. 5º, XII; e Documento Pessoal - Lei 12.527/2011, art. 3º, IV.

Mídia(s) recebida(s):

40.1 - Pen-drive contendo a denúncia

Documentação contendo:

1 folha(s).



41	S/N 11/12/2019	09/01/2020	Empresas de3 Telecomunica ções	Of. 44 / 2019
----	-------------------	------------	--------------------------------------	------------------

- **DOC 041** Expedientes das empresas: One telecom, Viafibra Telecomunicações, Brastel telecom, Next Level Telecom, Mundivox, Unicall, Network telecomunicações, Yipi Telecom, CEA - Telecom e Datora Telecomunicações, em resposta ao Ofício nº 44/2019-CPIFAKENEWS, comunicando o nada consta.

Documentação contendo:

10 folha(s).

42	s/n	14/01/2020	Empresas de3 Telecomunica ções	Of. 44 / 2019
----	-----	------------	--------------------------------------	------------------

- **DOC 042** Expedientes das empresas Digaa Telecom, Iveloz Telecom, Oi S.A., Orion Telecomunicações e J. Safra Telecomunicações, comunicando o nada consta.

Documentação contendo:

7 folha(s).

43	s/n	07/02/2020	Empresas de3 Telecomunica ções	Of. 44 / 2019
----	-----	------------	--------------------------------------	------------------



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



- **DOC 043** Expedientes das empresas CenturyLink, Blue Telecomunicações do Brasil, Dialdata, Cabo Serviços de Telecomunicações, Sercomtel, Network, Wireless Comm Services, VMNO Comunicações do Brasil, Voitel Telecomunicações, Algar Telecom, TVN Nacional Telecom, Concourse Telecomunicações, Hit Telecomunicações, Tim Celular, Ultranet Telecomunicações, Surf Telecom, Radionet, Tri Telecom, Ligue Telecomunicações, Fiber Construção e Locação de Redes e Nextel Telecomunicações, comunicando o nada consta.

Documentação contendo:

71 folha(s).

44	s/n	07/02/2020	Avaaz	3
----	-----	------------	-------	---

- **DOC 044** Estudo da Avaaz e em parceria com a Sociedade Brasileira de Imunizações (SBIIm) sobre desinformações antivacinas.

Documentação contendo:

40 folha(s).

45	Ofício	nº10/02/2020	MJ - Polícia3	Of. 60 /
	30/2020/COGER/PF		Federal -	2019
	30/01/2020		Ministério da	
			Justiça	

- **DOC 045** Comunica arquivamento do expediente.

Documentação contendo:

2 folha(s).

46	Ofício	GAB-SPR	nº10/02/2020	TSE - Tribunal3
	400/2020			Superior
	10/02/2020			Eleitoral



- **DOC 046** Informa não haver registro, no âmbito do TSE, do nominado "mensalinho do Twitter".

Documentação contendo:

2 folha(s).

47	Ofício eletrônico nº12/02/2020 1170/2020 11/02/2020	STF Supremo Tribunal Federal	-3
----	---	------------------------------	----

- **DOC047** Mandado de segurança nº 36932, com pedido de liminar impetrado contra ato desta CPMI que aprovou o requerimento nº 297, de 2019, impetrado por Edson Pires Salomão e outro(a/s). DECISÃO RETIFICADA PELO DOC 050.

Documentação contendo:

16 folha(s).

48	Ofício GSEAMI nº12/02/2020 005/2020 07/02/2020	Senador Esperidião Amin	3
----	--	-------------------------	---

- **DOC 048** Encaminha denúncia de fake news.
- **MID 48.1** Mídia(s) recebida(s):

48.1 - CD contendo vídeo-denúncia.

Documentação contendo:

2 folha(s).

49	Ofício nº 25/2020 -12/02/2020 Polícia do Senado Federal 12/02/2020	Polícia Legislativa	3
----	--	---------------------	---



- **DOC 049** Encaminha dados de usuários do Twitter em resposta ao Requerimento nº 181/2019 - CPMI Fake News. Documento complementado pelo Ofício nº 53/2020 - Polícia do Senado Federal, que explica que parte da solicitação não foi possível ser atendida. Documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Documento Pessoal - Lei 12.527/2011, art. 3º, IV.

Documentação contendo:

4 folha(s).

50	Ofício nº 1224/2020 12/02/2020	13/02/2020	STF Supremo Tribunal Federal	-3
----	-----------------------------------	------------	---------------------------------------	----

- **DOC 050** Encaminha decisão do STF que corrige o número do requerimento objeto do Mandado de Segurança nº 36932, com pedido de liminar, impetrado em 11 de fevereiro contra ato desta CPMI.

Documentação contendo:

2 folha(s).

51	24/2019 12/02/2020	13/02/2020	Joice Hasselmann	3
----	-----------------------	------------	---------------------	---

- **DOC051** Encaminha resposta ao Ofício nº 88/2020-CPMI FAKENEWS

Documentação contendo:

1 folha(s).

52		14/02/2020	Google LLC	3	Of. 92 / 2020 (Req. 312 / 2019)
----	--	------------	------------	---	---



- **DOC 052** Informa não ser possível prestar as informações solicitadas no Requerimento nº 312/2019.

Documentação contendo:

1 folha(s).

53	Ofício nº 056/2020 -18/02/2020	Deputado	3
	GAB/DF-RC	Rogério	
	10/02/2020	Correia	

- **DOC 053** Encaminha denúncia de circulação massiva de fake news na cidade de Belo Horizonte.

Documentação contendo:

11 folha(s).

54	Ofício nº18/02/2020	Polícia	3	Of. 31 /
	105/2020/SEAPRO/GAB	Federal		2019
	/PF			(Req. 23 /
	17/02/2020			2019)

- **DOC 054** Indica o Perito Criminal Federal Evandro Márcio Lorens em substituição ao PCF Ivo de Carvalho Peixinho para auxiliar nos trabalhos desta CPMI.

Documentação contendo:

1 folha(s).



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



55	Ofício nº 121/2020-19/02/2020 SUBGDP/CHEFIA/GAB/ PGR	PGR Procuradoria Geral da República	-3	Of. 71 / 2020 (Req. 184 / 2019) Of. 75 / 2020 (Req. 204 / 2019)
----	--	--	----	--

- **DOC 055** Presta as informações solicitadas pelos Requerimentos nº 184 e
- **Anexos** 204/2019-CPMIFAKENEWS. Documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Segredo de justiça - CPC, art. 189.

Mídia(s) recebida(s):

55.1 - Anexos - Informações solicitadas pelos Reqs 184 e 204

Documentação contendo:

1 folha(s).

56	18/02/2020	19/02/2020	Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República
----	------------	------------	---

- **DOC056** Ofício nº 49/2020/SE/GSI/GSI/PR, que encaminha informações solicitadas.

Documentação contendo:

2 folha(s).



CD/22239.71019-00



* CD 222397101900 *
ExEdit



57	21/02/2020	Twitter	3	Of. 72 / 2020 (Req. 193 / 2019)
				Of. 76 / 2020 (Req. 275 / 2019)
				Of. 78 / 2020 (Req. 291 / 2019)
				Of. 79 / 2020 (Req. 292 / 2019)
				Of. 82 / 2020 (Req. 294 / 2019)
				Of. 87 / 2020 (Req. 297 / 2019)
				Of. 89 / 2020 (Req. 300 / 2019)

-
- [DOC 057](#) Presta informações a respeito das solicitações feitas.
 - [Procuração](#) Documentação contendo:
 - o [Contrato Social](#) 10 folha(s).



58

21/02/2020 Whatsapp Inc. 3

Of. 84 /
2020

(Req. 295
/ 2019)

Of. 85 /
2020

(Req. 296
/ 2019)

- [DOC 058](#) Presta informações a respeito das solicitações feitas.

Documentação contendo:

2 folha(s).



CD/22239.71019-00



59	21/02/2020	Brasil Facebook	3	Of. 73 / 2020 (Req. 193 / 2019) Of. 77 / 2020 (Req. 290 / 2019) Of. 80 / 2020 (Req. 292 / 2019) Of. 83 / 2020 (Req. 294 / 2019) Of. 86 / 2020 (Req. 297 / 2019) Of. 91 / 2020 (Req. 312 / 2019)
----	------------	--------------------	---	--

- **DOC 059** Presta informações a respeito das solicitações feitas.

Documentação contendo:

66 folha(s).



60	s/n 21/02/2020	21/02/2020	Facebook Brasil	3	Of. 73 / 2020 (Req. 193 / 2019) Of. 83 / 2020 (Req. 294 / 2019) Of. 91 / 2020 (Req. 312 / 2019)
----	-------------------	------------	--------------------	---	---

- **DOC 60** Presta informações a respeito das solicitações feitas.

Documentação contendo:

3 folha(s).

61	s/n 21/02/2020	21/02/2020	Whatsapp Inc.	3	Of. 84 / 2020 (Req. 295 / 2019) Of. 85 / 2020 (Req. 296 / 2019)
----	-------------------	------------	---------------	---	--

- **DOC 61** Presta informações a respeito das solicitações feitas.

Documentação contendo:

8 folha(s).



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



62	s/n 21/02/2020	21/02/2020	Facebook Brasil	3	Of. 77 / 2020 (Req. 290 / 2019)
----	-------------------	------------	--------------------	---	---

- **DOC 62** Encaminha dados referentes a contas do Instagram. Parte do documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Sigilo de comunicações telegráficas. - CF, art. 5º, XII.

Mídia(s) recebida(s):

62.1 - CD - Perfis do Instagram

Documentação contendo:

3 folha(s).

63	s/n 21/02/2020	21/02/2020	Facebook Brasil	3	Of. 80 / 2020 (Req. 292 / 2019)
----	-------------------	------------	--------------------	---	---

- **DOC 63** Encaminha informações referentes a contas do Instagram. Parte do documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Sigilo de comunicações telegráficas. - CF, art. 5º, XII. Documento parcialmente suspenso pela Medida Cautelar em Mandado de Segurança nº 37017.

Mídia(s) recebida(s):

63.1 - CD - Perfis do Instagram

Documentação contendo:

2 folha(s).



64	s/n 12/02/2020	12/02/2020	Facebook Brasil	3	Of. 83 / 2020 (Req. 294 / 2019)
----	-------------------	------------	--------------------	---	---

- **DOC 64** Presta informações a respeito das solicitações feitas.

Documentação contendo:

1 folha(s).

65	s/n 03/03/2020	03/03/2020	Facebook Brasil	3	Of. 81 / 2020 (Req. 293 / 2019)
----	-------------------	------------	--------------------	---	---

- **DOC 65** Presta informações a respeito das solicitações feitas.

Documentação contendo:

1 folha(s).

66		03/03/2020	Google LLC	3	Of. 105 / 2020 (Req. 312 / 2019)
----	--	------------	------------	---	--

- **DOC 066** Presta informações a respeito das solicitações feitas. Parte do documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Sigilo telemático - Lei 12.965/2014, art. 10

Mídia(s) recebida(s):

66.1 - Dados sigilosos sobre os canais do YouTube

Documentação contendo:

1 folha(s).



67	s/n	04/03/2020	Alexandre	3
	04/03/2020		Frota	-
			Deputado	
			Federal	

- **DOC 67** Apresenta informações sobre a conta "Bolsofeios".

Documentação contendo:

4 folha(s).

68	s/n	04/03/2020	Marcos	3
			Aurélio	
			Carvalho	

- **DOC 68** Documentação entregue pelo depoente Marcos Aurélio Carvalho, durante a reunião da comissão realizada em 04/03/2020. Documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Sigilo bancário - Lei Complementar 105/2001; Sigilo fiscal - Lei 5.172/1966, art. 198; e Sigilo de correspondência - CF, art. 5º, XII

Documentação contendo:

12 folha(s).

69	Ofício eletrônico	n.08/04/2020	STF	-3
	3583/2020		Supremo	
	01/04/2020		Tribunal	
			Federal	

- **DOC 069** Encaminha decisão proferida em Medida Cautelar em Mandado de
- **MS 37017** Segurança n. 37017, e solicita informações.

Mídia(s) recebida(s):

69.1 - Cópia integral dos autos do MS 37017

Documentação contendo:

24 folha(s).



70	Ofício nº 1347/2020 23/04/2020	04/05/2020	STF Supremo Tribunal Federal	-3
----	-----------------------------------	------------	---------------------------------------	----

- [DOC 070](#) Solicita prestação de informações sobre Medida Cautelar em
- [MS 37082](#) Mandado de Segurança n. 37082. Parte do documento possui acesso
- [Informação](#) restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações es recobertas por sigilo Pessoal - Lei 12.527/2011, art. 4º, IV.

[ADVOSF](#) Mídia(s) recebida(s):
[e Decisão](#)
[STF](#) 70.1 - MS 37082

Documentação contendo:
 2 folha(s).

71	08/05/2020	11/05/2020	Facebook Brasil	3	Of. 73 / 2020 (Req. 193 / 2019) Of. 77 / 2020 (Req. 290 / 2019) Of. 80 / 2020 (Req. 292 / 2019) Of. 82 / 2020 (Req. 294 / 2019) Of. 92 / 2020 (Req. 312 / 2019)
----	------------	------------	--------------------	---	---



- **DOC 071** Presta informações em referência a notificação extrajudicial enviada
- **Anexos** pela Advocacia do Senado Federal em 23/04/2020.
- **Notificação** Documentação contendo:
 - o **Extrajudicial** 22 folha(s).

72 11/05/2020 Twitter 3

- **DOC 072** Presta informações em referência a notificação extrajudicial enviada
- **Notificação** pela Advocacia do Senado Federal em 23/04/2020.
 - o **Extrajudicial** Documentação contendo: 24 folha(s).

73 19/05/2020 Brasil 3
Facebook

- **DOC 073** Encaminha dados referentes a páginas do Facebook. Parte do documento de acesso restrito aos membros da comissão, em virtude de conter informações recobertas por sigilo legal - Sigilo de comunicações telegráficas. - CF, art. 5º, XII.

Mídia(s) recebida(s):

73.1 - Dados de páginas do Facebook

Documentação contendo:

2 folha(s).

74 07/05/2020 Deputada 3
Lídice da Mata



CD/22239.71019-00



* CD 222397101900 *
ExEdit



- **DOC 074** Informação técnica elaborada pela Consultoria Legislativa da Câmara
- **Anexo** dos Deputados sobre canais nos quais os anúncios do Governo
- **Manifestação -** Federal contratados por meio da plataforma Google Adwords foram exibidos, no período de 1º de janeiro a 10 de novembro de 2019.
Agência Documentação contendo:
Lupa
- **Manifestação -** 39 folha(s).
Gazeta do Povo
- **Manifestação -**
Diário do Centro do Mundo
- **Manifestação -**
Revista Fórum
- **Informação Técnica da Consultoria da Câmara dos Deputados**
- **Manifestação da Consultoria da Câmara dos Deputados**



CD/222397.1019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



- s - Gazeta do Povo
- Manifestação da Consultoria da Câmara dos Deputados - Diário do Centro do Mundo
- Manifestação da Consultoria da Câmara dos Deputados - Revista Fórum
- Nota Informativa - Deputada Lídice da Mata

75

Ofício nº 213/2020

30/07/2020

Liderança do3
Partido
Socialismo e
Liberdade da
Câmara dos

28/07/2020



Deputados

- **DOC 075** Solicitação de providências urgentes em face dos ataques falsos e criminosos, com divulgação massiva e organizada nas redes sociais, envolvendo o youtuber Felipe Neto.

Documentação contendo:

6 folha(s).

76	Ofício nº 214/2020 29/07/2020	30/07/2020	Liderança do3 Partido Socialismo e Liberdade da Câmara dos Deputados
----	----------------------------------	------------	---

- **DOC 076** Solicitação de providências urgentes em face dos ataques falsos e criminosos à história e à memória do militante de Direitos Humanos Marcelo Biar, com divulgação massiva e organizada nas redes sociais, inclusive de parlamentares federais.

Documentação contendo:

10 folha(s).

77	14/08/2020	18/08/2020	STF Supremo Tribunal Federal	-3
----	------------	------------	---------------------------------------	----



- **DOC 077** Decisão proferida em Mandado de Segurança n. 37115
- **Petição** Documentação contendo:
Inicial
- **Informação** 70 folha(s).
es
prestadas
pela
Advocacia
do
Senado
Federal

78		28/09/2020	Brasil	3
			Facebook	

- **DOC 078** Petição de juntada de instrumento de substabelecimento sem reservas, por meio do qual nos foram outorgados poderes de representação perante a Comissão Parlamentar Mista de Inquérito - Fake News.

Documentação contendo:

5 folha(s).

79	726720/2020 SIP/SR/PF/DF	-08/10/2020	Polícia Federal	3
	05/10/2020			

- **DOC 079** Solicita compartilhamento de dados/conteúdos obtidos durante os trabalhos da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito que guardem relação com os fatos ora sob apuração na polícia federal.

Documentação contendo:

1 folha(s).



80	s/n	14/10/2020	Rui Falcão	3	Of. 116 / 2020
	09/10/2020				

- **DOC 080** Solicitação da Polícia Federal para compartilhamento de dados desta CPMI.

Documentação contendo:

3 folha(s).

81	839756/2020	-14/10/2020	Polícia Federal	3	Of. 116 / 2020
	SIP/SR/PF/DF				
	13/10/2020				

- **DOC 081** Solicitação de dados/conteúdos (conforme Ofício nº 116/2020 - CPMIFAKENEWS).

Documentação contendo:

2 folha(s).

82	196/2020 - RBG/PGE	21/10/2020	Ministério Público Eleitoral	3	Of. 113 / 2020
	02/10/2020				

- **DOC 082** Solicita acesso a documentação desta CPMI.

Documentação contendo:

5 folha(s).

83	935/2020	-21/10/2020	Ministério Público Federal	3	
	SUBCAP/SEJUD/PGR				
	18/09/2020				



- **DOC 083** Encaminha indagações sobre os trabalhos desta CPMI.

Documentação contendo:

3 folha(s).

84	01/2020	16/11/2020	Pedro Carneiro Sales	3
	15/11/2020			

- **DOC 084** Solicita diligência referente a propagação de pesquisa.

Documentação contendo:

3 folha(s).

85	323 - RBG/PGE	01/02/2021	Ministério Público Eleitoral	3	Of. 113 / 2020
	10/12/2020				

- **DOC 085** Solicita acesso a documentação desta CPMI.

Documentação contendo:

5 folha(s).

86	03/02/2021	03/02/2021	Ivan Valente	3
----	------------	------------	--------------	---

- **DOC 086** Expediente de autoria do Dep. Ivan Valente e da Dep. Talíria Petrone solicitando retirada de sigilo ou o envio de informações à Câmara dos Deputados sobre investigações em curso no âmbito desta CPMI sobre atividades delituosas praticadas pelas Deputadas BIA KICIS e CARLA ZAMBELLI.

Documentação contendo:

2 folha(s).



87	Ofício nº 66/2021 -23/03/2021	Vice- Procuradoria- Geral Eleitoral	3	Of. 113 / 2020 Of. 124 / 2021
----	-------------------------------	---	---	--

- **DOC 087** Reiteração de solicitação de cópia de documentação obtida pela CPMI classificada como sigilosa.

Documentação contendo:

24 folha(s).

88	Of. SGP n. 161/2021 04/06/2021	CPI das Fake0 News – Eleições 2018 da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo
----	--------------------------------	---

- **DOC 088** Comunica o encerramento das atividades da CPI e encaminha seu Relatório.

Documentação contendo:

66 folha(s).

OFÍCIOS EXPEDIDOS

DATA DE EXPEDIÇÃO	DESTINATÁRIO	EQS. ORIGEM	FOLHA(S)	OBTERVAÇÃO



10/	Consult	2	Solicita
/ 09/2019	oria Legislativa da Câmara dos Deputados	3 2019	/ assessoria de Consultor da Câmara dos Deputados para as reuniões desta Comissão.
2019			
9			
26/	Consult	1	Encaminha
/ 09/2019	oria Legislativa da Câmara dos Deputados	1 2019	/ Requerimento nº 11/2019, para atendimento.
2019			
9			
21/	TSE -	1	Encaminha
/ 10/2019	Tribunal Superior Eleitoral	4 2019	/ Requerimento nº 14/2019, para atendimento.
2019			
9			
26/	Facebo	8	Encaminha
/ 09/2019	ok Brasil	9 2019	/ Requerimento nº 89/2019, para atendimento.
2019			
9			
26/	MPDFT -	8	Encaminha
/ 09/2019	Ministério Público do Distrito Federal e Territórios	2 2019	/ Requerimento nº 92/2019, para atendimento.
2019			
9			
26/	Polícia	8	Encaminha
/ 09/2019	Federal	3 2019	/ Requerimento nº 93/2019, para atendimento.
2019			
9			
21/	STF -	8	Encaminha
/ 10/2019	Superior Tribunal Federal	4 2019	/ Requerimentos nº 94/2019 e 107/2019, para atendimento.
2019			
9			

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
 xEdit



07 /
2019

21/ PGR - § Encaminha
/ 10/2019 Procuradoria 3 / Requerimento nº
201 Geral da 2019 93/2019, para
9 República atendimento.

15/ Wilson 2 Convida para
0 / 10/2019 Gomes 2 / participar de
201 Audiência Pública
9 em 22.10.2019.

22/ General 4 Convida o
1 / 10/2019 do Exército 4 / General Guido Amin
201 Edson Leal 2019 Naves para participar
9 Pujol de Audiência Pública
em 22.10.2019.

22/ Walter 4 Convida para
2 / 10/2019 Capanema 0 / participar de
201 Audiência Pública
9 em 22.10.2019.

22/ Daniel 4 Convida para
3 / 10/2019 Bramatti 5 / participar de
201 Audiência Pública
9 em 22.10.2019.

21/ 7ª Vara § Encaminha
4 / 10/2019 Cível do Foro 2 / Requerimento nº
201 Central da 2019 92/2019, para
9 Comarca de atendimento.
São Paulo



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



24/	Jorge	1	Encaminha
5 / 10/2019	Mussi	53 / 2019	Requerimento n° 153/2019-CPMI Fake News, para atendimento.
201			
9			
24/	TSE -	1	Encaminha
6 / 10/2019	Tribunal Superior Eleitoral	54 / 2019	Requerimento n° 154/2019-CPMI Fake News, para atendimento.
201			
9			
30/	Whatsa	2	Encaminha
7 / 10/2019	pp Inc.	06 / 2019	Requerimento n° 206/2019, para atendimento.
201			
9			
29/	Procura	2	Encaminha
8 / 10/2019	doria da República em Goiás	08 / 2019	Requerimento n° 208/2019-CPMI Fake News, para atendimento.
201			
9			
24/	TSE -	2	Encaminha
9 / 10/2019	Tribunal Superior Eleitoral	24 / 2019	Requerimento n° 224/2019-CPMI Fake News, para atendimento.
201			
9			
24/	Tribunal	2	Encaminha
0 / 10/2019	Regional do Trabalho - 2ª Região - São Paulo	28 / 2019	Requerimento n° 228/2019-CPMI Fake News, para atendimento.
201			
9			
25/	Alexand	5	Convida para
1 / 10/2019	re Frota	6 / 2019	prestar depoimento no dia 30.10.2019.
201			

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
 xEdit



9

24/ Alessan 1 Convoca para
 2 / 10/2019 dro Barreto 69 / prestar depoimento
 201 2019 no dia 29.10.2019.
 9

24/ Rosalvo 1 Informa a
 3 / 10/2019 Ferreira Franco 69 / convocação do Sr.
 201 2019 Alessandro Barreto
 9 para prestar
 depoimento no dia
 29.10.2019.

24/ Associa 1 Convida para
 4 / 10/2019 ção Brasileira 71 / prestar depoimento
 201 de Estudos e 2019 no dia 29.10.2019.
 9 Prevenção de
 Suicídio -
 ABEPS

24/ SaferNe 1 Convida para
 5 / 10/2019 t 61 / prestar depoimento
 201 2019 no dia 29.10.2019.
 9

24/ Allan 9 Convoca para
 6 / 10/2019 dos Santos 8 / prestar depoimento
 201 2019 no dia 05.11.2019.
 9

30/ Portal 1 Convida
 7 / 10/2019 Boatos.org 01 / responsável pelo
 201 2019 Portal "Boatos.org" a
 9 participar de reunião
 desta comissão no

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



dia 6/11/19.

30/ Portal 1 Convida
 8 / 10/2019 Comprova 02 / responsável pelo
 201 Portal Comprova
 9 para participar de
 reunião desta
 Comissão em
 6/11/19.

30/ E- 1 Convida
 9 / 10/2019 farsas.com 03 / responsável pelo
 201 portal e-farsas.com
 9 para participar em
 reunião desta
 Comissão em
 6/11/19.

30/ Ítalo ε Convida
 0 / 10/2019 Lima Nogueira 3 / responsável pela
 201 Assespro para
 9 participar de reunião
 desta Comissão em
 6/11/19.

05/ Mauríci 2 Solicita a
 1 / 11/2019 o Leite Valeixo 3 / designação do
 201 delegado Carlos
 9 Eduardo Sobral para
 auxiliar os trabalhos
 desta Comissão.



CD/22239.71019-00



* CD 222397101900 *
 ExEdit



30/ Joice 2 Convida a
 2 / 10/2019 Hasselmann - 40 / Deputada Federal
 201 Deputada 2019 Joice Hasselmann
 9 Federal para reunião desta
 Comissão no dia
 12/11/2019.

06/ Mauríci 8 Convida o Sr.
 3 / 11/2019 o Leite Valeixo 4 / Maurício Valeixo,
 201 2019 Diretor-Geral da
 9 Polícia Federal para
 reunião da Comissão
 em 13/11/2019.

31/ Diego 5 Convida o sr.
 4 / 10/2019 Dorgam 8 / Diego Dorgam,
 201 2019 Professor da UnB,
 9 para participar de
 reunião desta
 Comissão em
 6/11/19.

05/ Ranolfo 1 Convida o sr.
 5 / 11/2019 Vieira Júnior 56 / Emerson Wendt,
 201 2019 Delegado
 9 especialista em
 crimes cibernéticos e
 segurança digital,
 para reunião da
 Comissão no dia
 19/11/2019.

06/ Internet 3 Convida o sr.
 6 / 11/2019 Lab 8 / Francisco Brito Cruz,
 201 2019 diretor do
 9 InternetLab, para
 participar de reunião
 desta Comissão em

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



19/11/2019.

06/ Delegad 2 Convida o sr.
7 / 11/2019 o Waldir - 39 / Delegado Waldir,
201 Deputado 2019 Deputado Federal,
9 Federal para participar de
reunião desta
Comissão em
20/11/2019.

06/ Consult Encaminha o
8 / 11/2019 oria Legislativa n°
201 da Câmara dos 266/2019-CPMI FAKE
9 Deputados NEWS, para
verificação da sua
legalidade.

06/ CD - Informa que a
9 / 11/2019 Câmara dos 9ª Reunião da CPMI
201 Deputados das Fake News se
estendeu de modo a
coincidir com a
Ordem do Dia do
Plenário da Câmara
dos Deputados, de
modo que solicita
justificativa da
ausência dos
parlamentares
presentes.



CD/22239.71019-00



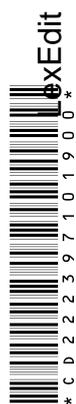
* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



06/	7 ^a Vara	2	Reitera a
0 / 11/2019	Cível do Foro	2 /	solicitação para
201	Central da	2019	atendimento do
9	Comarca de		Requerimento nº
	São Paulo		92/2019.
30/	Pablo	1	Convida o Sr.
1 / 10/2019	Cerdeira	56 /	Pablo Cerdeira,
201		2019	Coordenador do
9			Centro de Tecnologia
			e Sociedade e do
			Centro de Big Data
			da FGV, para
			participar de
			Audiência Pública
			desta comissão em
			19.11.2019.
07/	Ronaldo	1	Convida o Sr.
2 / 11/2019	Lemos	56 /	Ronaldo Lemos,
201		2019	Diretor do Instituto
9			de Tecnologia e
			Sociedade do Rio de
			Janeiro, para
			participar de
			Audiência Pública
			desta comissão em
			19.11.2019.
19/	Carlos	2	Convida o sr.
3 / 11/2019	Alberto dos	36 /	Carlos Alberto dos
201	Santos Cruz	2019	Santos Cruz para
9			depor nesta
		41 /	Comissão em
		2019	26/11/2019.



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



4 201 9	20/ 11/2019	ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicações	1	Solicita transferência de sigilo telefônico do Sr. Alexandre Frota de Andrade.
5 201 9	21/ 11/2019	Portal aos Fatos	00 2019	1 Convida representante do Portal aos Fatos para reunião desta Comissão em 27/11/2019.
6 201 9	21/ 11/2019	Agência Lupa	9 2019	9 Convida representante da Agência Lupa para reunião desta Comissão em 27/11/2019.
7 201 9	21/ 11/2019	Site Fato ou Fake Portal G1	05 2019	1 Convida representante do Site Fato ou Fake do Portal G1 para reunião desta Comissão em 27/11/2019.
8 201 9	26/ 11/2019	Marco Aurélio Ruediger	08 2019	1 Convida o sr. Marco Aurélio Ruediger, Diretor de Análise de Políticas Públicas da FGV, para participar de reunião em 27/11/2019.



CD/22239.71019-00



* CD 22239.71019.00 *
#xEdit



26/ Miguel € Convida o sr.
 9 / 11/2019 de Andrade 0 / Miguel de Andrade
 201 Freitas 2019 Freitas, Coordenador
 9 do Laboratório de
 Pesquisa em
 Tecnologia de
 Inspeção da PUC-RJ,
 para participar de
 reunião em
 27/11/2019.

26/ Site 1 Convida
 0 / 11/2019 Fato ou Fake 05 / representante do Site
 201 do Portal G1 2019 Fato ou Fake do
 9 Portal G1 para
 participar de reunião
 em 03/12/2019.

26/ Portal 1 Convida
 1 / 11/2019 aos Fatos 00 / representante do
 201 2019 Portal Aos Fatos
 9 para participar de
 reunião em
 03/12/2019.

26/ Agência € Convida
 2 / 11/2019 Lupa 9 / representante da
 201 2019 Agência Lupa para
 9 participar de reunião
 em 03/12/2019.

27/ ABI - € Convida o Sr.
 3 / 11/2019 Associação 5 / Paulo Jerônimo de
 201 Brasileira de 2019 Sousa, Presidente da
 9 Imprensa Associação
 Brasileira de
 Imprensa, para
 participar de reunião

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
 ExEdit



em 03.12.2019

27/ FENAJ - 1 Convida
4 / 11/2019 Federação Nacional dos Jornalistas 55 / 2019 representante da Federação Nacional dos Jornalistas para participar de reunião em 03.12.2019.

05/ Rafael € Convida o sr.
5 / 12/2019 Evangelista 4 / 2019 Rafael Evangelista, Representante do Labjor da Unicamp, para participar de reunião da Comissão no dia 11/12/2019.

05/ Diogo 1 Convida o sr.
6 / 12/2019 rais 0 / 2019 Diogo Rais, Professor de Direito Eleitoral na Universidade Presbiteriana Mackenzie, para participar reunião na Comissão no dia 11/12/2019.



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



7 201 9	05/ 12/2019	Paulo Roberto Franco Marinho	2 18 2019	Convoca o sr. Paulo Roberto Franco Marinho, Suplente do Senador Flávio Bolsonaro, para depor em reunião desta Comissão em 10/12/2019.
8 201 9	04/ 12/2019	Leonel Azevedo de Aguiar	2 2 2019	Convida o Sr. Leonel Azevedo de Aguiar para participar reunião na Comissão no dia 11/12/2019.
9 201 9	12/ 12/2019	Brasil Facebook		Solicita preservação de dados do grupo "Secreto2 G.O".
0 201 9	12/ 12/2019	Polícia Federal		Solicita investigação de denúncias apresentadas pelo Deputado Alexandre Frota.
1 202 0	05/ 02/2020	Hans River do Rio Nascimento	2 14 2019	Convoca para prestar depoimento no dia 11.02.2020.
2 202 0	05/ 02/2020	José Antônio Guaraldi Félix	1 8 2019	Convoca para prestar depoimento no dia 12.02.2020.



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



05/	Eurico	1	Convoca para
3 / 02/2020	Teles	9 /	prestar depoimento
202		2019	no dia 12.02.2020.
0			
05/	Christia	2	Convoca para
4 / 02/2020	n Gebara	1 /	prestar depoimento
202		2019	no dia 12.02.2020.
0			
05/	Pietro	2	Convoca para
5 / 02/2020	Labriola	0 /	prestar depoimento
202		2019	no dia 12.02.2020.
0			
05/	Roberto	1	Convoca para
6 / 02/2020	Rittes	7 /	prestar depoimento
202		2019	no dia 12.02.2020.
0			
05/	Marcos	2	Convida para
7 / 02/2020	Ferrari	11 /	prestar depoimento
202		2019	no dia 12.02.2020.
0			
05/	Leonard	3	Convida para
8 / 02/2020	o Euler de	10 /	prestar depoimento
202	Morais	2019	no dia 12.02.2020.
0			
05/	Organiz	1	Convida
9 / 02/2020	ção Mundial	72 /	representante para
202	da Saúde -	2019	prestar depoimento
0	OMS		no dia 18.02.2020.
05/	Socieda	3	Convida
0 / 02/2020	de Brasileira de	11 /	representante para
202	Imunizações	2019	prestar depoimento
0			no dia 18.02.2020.



CD/22239.71019-00

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
 ExEdit



13/	Procura	1	Encaminha
1 / 02/2020	dor-Geral da	84 /	Requerimento nº
202	República	2019	184/2019-CPMI Fake
0			News, para
			atendimento.
13/	Twitter	1	Encaminha
2 / 02/2020		93 /	Requerimento nº
202		2019	193/2019-CPMI Fake
0			News, para
			atendimento.
13/	Facebo	1	Encaminha
3 / 02/2020	ok Brasil	93 /	Requerimento nº
202		2019	193/2019-CPMI Fake
0			News, para
			atendimento.
13/	Ministra	2	Encaminha
4 / 02/2020	Rosa Weber	04 /	Requerimento nº
202		2019	204/2019-CPMI Fake
0			News, para
			atendimento.
13/	Procura	2	Encaminha
5 / 02/2020	dor-Geral da	04 /	Requerimento nº
202	República	2019	204/2019-CPMI Fake
0			News, para
			atendimento.
13/	Twitter	2	Encaminha
6 / 02/2020		75 /	Requerimento nº
202		2019	275/2019-CPMI Fake
0			News, para
			atendimento.

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *

 xEdit



7 202 0	13/ 02/2020	Facebo ok Brasil	90 2019	2 /	Encaminha Requerimento 290/2019-CPMI Fake News, para atendimento.	nº
8 202 0	13/ 02/2020	Twitter	91 2019	2 /	Encaminha Requerimento 291/2019-CPMI Fake News, para atendimento.	nº
9 202 0	13/ 02/2020	Twitter	92 2019	2 /	Encaminha Requerimento 292/2019-CPMI Fake News, para atendimento.	nº
0 202 0	13/ 02/2020	Facebo ok Brasil	92 2019	2 /	Encaminha Requerimento 292/2019-CPMI Fake News, para atendimento.	nº
1 202 0	13/ 02/2020	Facebo ok Brasil	93 2019	2 /	Encaminha Requerimento 293/2019-CPMI Fake News, para atendimento.	nº
2 202 0	13/ 02/2020	Twitter	94 2019	2 /	Encaminha Requerimento 294/2019-CPMI Fake News, para atendimento.	nº

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
#xEdit



3 202 0	/	02/2020	13/ Facebo ok Brasil	94 2019	/	2 Requerimento 294/2019-CPMI News, atendimento.	Encaminha nº Fake para
4 202 0	/	02/2020	13/ Whatsa pp Inc.	95 2019	/	2 Requerimento 295/2019-CPMI News, atendimento.	Encaminha nº Fake para
5 202 0	/	02/2020	13/ Whatsa pp Inc.	96 2019	/	2 Requerimento 296/2019-CPMI News, atendimento.	Encaminha nº Fake para
6 202 0	/	02/2020	13/ Facebo ok Brasil	97 2019	/	2 Requerimento 297/2019-CPMI News, atendimento.	Encaminha nº Fake para
7 202 0	/	02/2020	13/ Twitter	97 2019	/	2 Requerimento 297/2019-CPMI News, atendimento.	Encaminha nº Fake para
8 202 0	/	02/2020	13/ Joice Hasselmann	99 2019	/	2 Requerimento 299/2019-CPMI News, atendimento.	Encaminha nº Fake para



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



13/	Twitter	3	Encaminha
9 / 02/2020		00 /	Requerimento nº
202		2019	300/2019-CPMI Fake
0			News, para
			atendimento.
13/	Augusto	3	Encaminha
0 / 02/2020	Heleno Ribeiro	04 /	Requerimento nº
202	Pereira	2019	304/2019-CPMI Fake
0			News, para
			atendimento.
13/	Facebo	3	Encaminha
1 / 02/2020	ok Brasil	12 /	Requerimento nº
202		2019	312/2019-CPMI Fake
0			News, para
			atendimento.
13/	Google	3	Encaminha
2 / 02/2020	Brasil	12 /	Requerimento nº
202		2019	312/2019-CPMI Fake
0			News, para
			atendimento.
12/	Lindolfo	2	Convoca o sr.
3 / 02/2020	Antonio Alves	34 /	Lindolfo Antônio
202	Neto	2019	Alves Neto para
0			prestar depoimento
			no dia 19.02.2020.
12/	Flávia	2	Convoca a
4 / 02/2020	Alves - Sócio-	34 /	sra. Flávia Alves para
202	proprietário da	2019	prestar depoimento
0	Yacows		no dia 19.02.2020.

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



12/	Whatsa	2	Informa	a
5 / 02/2020	pp Inc.	96 /	suspensão	do
202		2019	Mandado	de
0			Segurança nº 36932.	
			RETIFICADO PELO	
			OFÍCIO 99/2020.	
12/	Alexand	2	Convoca o sr.	
6 / 02/2020	re José Martins	25 /	Alexandre José	
202		2019	Martins para prestar	
0			depoimento no dia	
			19.02.2020.	
12/	Marcos	2	Convoca o sr.	
7 / 02/2020	Aurélio	25 /	Marcos Aurélio	
202	Carvalho	2019	Carvalho para	
0			prestar depoimento	
			no dia 19.02.2020.	
13/	Am4	2	Convoca o Sr.	
8 / 02/2020	Inteligência	25 /	Magno Carvalho,	
202	Digital Ltda.	2019	para prestar	
0			depoimento no dia	
			19.02.2020.	
13/	Whatsa	2	Encaminha	
9 / 02/2020	pp Inc.	96 /	informações sobre o	
202		2019	mandado de	
0			segurança nº 36.932	
13/	Facebo	2	Encaminha	
00 / 02/2020	ok Brasil	97 /	informações sobre o	
202		2019	mandado de	
0			segurança nº 36.932	
13/	Twitter	2	Encaminha	
01 / 02/2020		97 /	informações sobre o	
202		2019	Mandado de	

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
 xEdit



0					Segurança nº 36.932
02 / 2020	20/	Marcos Aurélio Carvalho	25 / 2019	2	Convoca o sr. Marcos Aurélio Carvalho para reunião em 03.03.2020.
03 / 2020	20/	Alexandre José Martins			Convoca sr. Alexandre José Martins para reunião em 03.03.2020.
04 / 2020	20/	Magno Carvalho	25 / 2019	2	Convoca sr. Magno Carvalho para reunião em 03.03.2020.
05 / 2020	20/	GOOGL E - Google do Brasil	12 / 2019	3	Encaminha informação complementar para atendimento.
06 / 2020	05/	Ilana Trombka	25 / 2019	2	Alteração da passagem para representantes da AM4.
07 / 2020	05/	Damian Collins	9 / 2019	5	Convida para reunião em 24/03/2020.
08 / 2020	04/	Otávio Oscar Fakhoury	29 / 2019	2	Convoca sr. Otávio Oscar Fakhoury para depor



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



0					em 11.03.2020.
09 / 2020	03/2020	05/	Senador	5	Solicita
2020			Davi Alcolumbre	9 / 2019	autorização de emissão de passagem em classe executiva e o custeio da hospedagem ao Sr. Damian Collins e seu assessor, o Sr. Pierre Andrews,
10 / 2020	03/2020	10/	Otávio Oscar Fakhoury	2 / 2019	Convoca o sr. Otávio Oscar Fakhoury para reunião em 17.03.2020.
11 / 2020	04/2020	08/	ADVOC ACIA DO SENADO FEDERAL		Prestação de Informações no MS nº 37.017 MC/DF.
12 / 2020	05/2020	07/	Brasil Facebook	3 / 2019	Requerimento 312/2020-CPMIFAKENEWS – Informações referentes à Solicitação 4512132.
13 / 2020	07/2020	20/	Vice-Procuradoria-Geral Eleitoral		Resposta ao Ofício nº 112/2020 - RBG/PGE.



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



14 / 2020 / 0	22/ 07/2020	CPI das Fake News – Eleições 2018 da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo	Resposta ao Ofício CPI Fake News nº 6/2020
15 / 2020 / 0	21/ 08/2020	ADVOC ACIA DO SENADO FEDERAL	Ofício CPI Fake News nº 27/2020 - Eleições 2018 da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.
16 / 2020 / 0	05/ 10/2020	DENISS E DIAS ROSAS RIBEIRO - Delegada de Polícia Federal	Informa que os documentos de acesso irrestrito da CPMI se encontram publicados no portal do Senado Federal, exceto os documentos de natureza sigilosa.
17 / 2020 / 0	14/ 10/2020	Fernand o Cesar De Souza Cunha	Solicita análise sobre a possibilidade legal de atendimento ao Ofício nº 839756/2020 - SIP/SR/PF/DF, considerando os limites jurisprudenciais relativos ao compartilhamento das informações

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



relacionadas no documento.

14/ Rui Falcão - Resposta ao Dep. Rui Falcão.
 18 / 10/2020
 202
 0
 Deputado Federal

21/ Ministério Público Federal Resposta ao DOC 083, contendo solicitação de informações.
 19 / 10/2020
 202
 0

21/ ADVOCACIA DO SENADO FEDERAL Solicita parecer da ADVOSF sobre pedido de compartilhamento de informações (DOC 82).
 20 / 10/2020
 202
 0

08/ DENISS E DIAS ROSAS RIBEIRO - Responde a solicitação da Polícia Federal de acesso a documentos. Delegada de Polícia Federal
 21 / 12/2020
 202
 0



CD/22239.71019-00



eXEdit
 * C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



22 / 02/2021 202 1	05/ Ivan Valente	Resposta a solicitação enviada pelo Deputado Federal Ivan Valente (DOC 086).
23 / 02/2021 202 1	05/ Talíria Petrone	Resposta a solicitação enviada pela Deputada Federal Talíria Petrone (DOC 086).
24 / 02/2021 202 1	11/ Vice- Procuradoria- Geral Eleitoral	Resposta aos Ofícios nº 196/2020 – RGB/PGE, 323/2020 – RBG/PGE e 15/2021 – RBG/PGE
25 / 04/2021 202 1	05/ ADVOC ACIA DO SENADO FEDERAL	Solicita parecer da ADVOSF sobre pedido de compartilhamento de informações (DOC 87)
26 / 05/2021 202 1	13/ CPI da Pandemia	Resposta aos Ofícios nº 32 e 497/2021- CPIPANDEMIA.
27 / 05/2021 202 1	13/ ADVOC ACIA DO SENADO FEDERAL	Resposta ao Ofício nº 197/2021 – NPJUD/ADVOSF.
28 / 05/2021 202	13/ Vice- Procuradoria- Geral Eleitoral	Resposta ao Ofício nº 66/2021 – RBG/PGE.



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



1

	17/	Polícia	Requisição do
30 /	08/2021	Federal	Delegado de Polícia
202			Federal Carlos
2			Eduardo Miguel
			Sobral.

	20/	ADVOC	Apuração
31 /	12/2021	ACIA DO	pela PGR sobre atos
202		SENADO	do Presidente da
2		FEDERAL	CPMI das Fake News

	03/	Procura	Presta
32 /	02/2022	doria da	informações
202		República -	solicitadas no IC
2		Distrito Federal	1.16.000.001551/2020
			-27



CD/222399.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



CONSTATAÇÕES E CONCLUSÕES

DEFINIÇÃO DE FAKE NEWS

O conceito de fake news é algo controverso. Muitos autores dizem não ser possível fazer uma definição concreta devido à dificuldade de se definir precisamente o que é verdadeiro e o que não é. Apesar de ser fácil encontrar exemplos de fake news populares, pode ser difícil, em casos concretos, classificar determinado conteúdo nessa categoria. Diversos podem ser os critérios, mas há sempre um pouco de subjetividade por parte de quem avalia.

Dadas essas peculiaridades, talvez mais importante do que tentar definir precisamente o fenômeno seja identificar quais características do atual momento histórico fizeram com que o fenômeno tenha ganhado tamanha relevância. O presente estudo pretende lançar luz sobre algumas dessas características, como a expansão do acesso às aplicações de internet, diminuição do impacto de meios de comunicação tradicionais e a polarização da sociedade. Essas características essenciais serão tratadas por meio dos atores envolvidos no processo de comunicação, tentando-se compreender os motivadores da atuação de cada um deles.

Ainda no que se refere à definição de fake news e sua umbilical ligação com a política, vale registrar que esse termo já tinha sido cunhado há algum tempo e se tornou corriqueiro após o presidente dos EUA Donald Trump apontar jornalistas da CNN como fake news. A partir desse episódio, o termo vem sendo utilizado em detrimento de outros vocábulos de conotação similar, como ‘false news’, ‘junkie-news’, ‘misinformation’ e ‘desinformation’, muitos ainda sem uma boa tradução para o português. Assim, as discussões no país e no mundo convergiram para utilização do jargão fake news e o termo ficou tão conhecido que é também utilizado com outras



finalidades, como colocar em descrédito notícias verdadeiras que não sejam do interesse de determinada pessoa ou grupo.

A Academia também tem se dedicado a melhor entender o fenômeno das fake news e, nos últimos anos, muitos artigos científicos têm se dedicado a avaliar o fenômeno, propondo, inclusive, definições que possam ajudar a entender as dinâmicas da sua existência. Lazer et al (2018) definem fake news como informações fabricadas que mimetizam conteúdo jornalístico da mídia em sua forma mas não em seu processo organizacional ou em sua intenção. Os empreendimentos produtores de fake news, assim, careceriam de normas editoriais e de processos profissionais que possam garantir a acurácia e a credibilidade das informações. As fake news, assim, estariam sobrepostas a outras desordens informacionais, tais como a informação incorreta (informação falsa ou enganosa) ou a desinformação (informação falsa que é propositadamente disseminada para enganar a população)¹⁰.

Recuero e Gruzd (2019), por sua vez, entendem que o conceito de fake news é hoje sinônimo de desinformação, utilizado livremente pelos veículos noticiosos para indicar rumores e notícias falsas que circulam, principalmente na mídia social. Para os autores, há uma quantidade imensa e variada de informações qualificadas pela literatura abarcadas por este conceito, compreendendo tanto sátiras quanto boatos e notícias fabricadas. Por isso, eles delimitam o que se pode compreender como fake news os fenômenos que apresentam duas características-chave: a falta de autenticidade e o propósito de enganar¹¹.

Em uma abordagem mais voltada aos aspectos legais da desinformação, Klein e Wueller (2017) definem que as fake news têm de ter a falsificação da informação como condição definidora da sua existência.

¹⁰ LAZER, David MJ et al. The science of fake news. **Science**, v. 359, n. 6380, p. 1094-1096, 2018.

¹¹ RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galáxia (São Paulo)**, n. 41, p. 31-47, 2019.



Portanto, a principal definição para os fatos comunicados por meio de artigos de fake news são os seus aspectos de fabricação e inverdade. Para os autores, as fake news são publicações que de maneira intencional e premeditada difundem informações incorretas, com vistas à produção de um determinado efeito maléfico. Também observam que a maior parte das fake news é composta por artigos que tratam de figuras públicas ou de eventos controversos, são compartilhadas por meio de mídias sociais na internet, tem um objetivo político bem definido e buscam se tornar virais, de modo a amplificar o seu resultado prático¹².

Rubin et al (2016) sugerem a adoção de um corpus de nove requisitos para a análise e classificação de uma informação como fake news. Eles sugerem que tal corpus deve conter, essencialmente:

1 – incluir tanto fake news quanto itens reais, de modo a comparar versões e chegar a conclusões acerca de itens verídicos e itens enganosos;

2 – análise de pistas textuais, em busca de gatilhos ou chamarizes usualmente sensacionalistas usualmente presentes nas fake news;

3 – comparar o conteúdo da fake news com verdades factuais objetivamente checáveis, de modo a observar, sem possibilidade de contestação, manipulações dessas verdades factuais;

4 – análise do estilo de escrita. Usualmente as fake news são pobres do ponto de vista idiomático, tanto em questões gramaticais quanto de estilo;

5 – estilo de escrita – nos textos de fake news, o uso de adjetivos e de afirmações peremptórias costuma ser abundante;

¹² KLEIN, David; WUELLER, Joshua. Fake news: a legal perspective. **Journal of Internet Law (Apr. 2017)**, 2017.



6 – notícias a partir de um enquadramento predefinido, usualmente com contornos ideológicos muito bem definidos;

7 – utilização de canais preferenciais de disseminação, usualmente com o mesmo estilo e diagramação, com o uso de templates que tornam a produção e disseminação de conteúdos rápida e automatizada;

8 – disseminação para o público, de maneira ampla e irrestrita, com o intuito do máximo de viralização possível;

9 – leva em conta diferenças culturais e de linguagem, com textos que desrespeitam a norma culta de maneira proposital, como forma de maior aproximação afetiva com o público alvo¹³.

Em um artigo de revisão, Tandoc Jr., Lim e Ling (2018) propõem uma tipologia das fake news. Partindo de uma base de dados formada por 34 artigos publicados entre 2003 e 2017 tratando do tema, os pesquisadores propuseram seis categorizações utilizadas por esses estudos para operacionalizar a classificação de fake news: sátiras, paródias, fabricações, manipulações, propaganda e publicidade¹⁴.

Shao et. al (2017), em outra vertente, analisam as fake news não do ponto de vista da emissão ou do conteúdo, mas da predisposição e vulnerabilidade do público para a sua recepção e aceitação. Para os pesquisadores, a disseminação massiva de fake news pode ser identificada como um grande risco global e tem sido apontada como fator de influência em eleições, ameaçando assim as democracias. Segundo eles, uma mistura complexa de vieses cognitivos, sociais e de algoritmos das redes sociais contribuem para a vulnerabilidade da sociedade e para a manipulação de

¹³ RUBIN, Victoria L. et al. Fake news or truth? using satirical cues to detect potentially misleading news. In: **Proceedings of the second workshop on computational approaches to deception detection**. 2016. p. 7-17.

¹⁴ TANDOC JR, Edson C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining “fake news” A typology of scholarly definitions. **Digital journalism**, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2018.



informações, especialmente por meio da internet. Os autores também observam que mesmo em um mundo ideal, no qual os indivíduos tendem a reconhecer e a evitar o compartilhamento de informação de baixa qualidade, a simples avalanche de informações recebida diariamente pelas pessoas, aliada à atenção superficial aos conteúdos midiáticos online, são fatores que limitam a capacidade individual de discernir informações com base na sua qualidade. Como resultado, a desinformação tende a se viralizar em níveis iguais ou até mesmo mais intensos do que a informação confiável.

Shao et al (2017), no entanto, problematizam ainda mais a questão, ao apontar que estamos longe do mundo ideal. No mundo real, as redes sociais online são fortemente polarizadas e segregadas por linhas políticas e ideológicas. O resultado é a formação de bolhas informacionais ou de câmaras de ressonância, que provê exposição seletiva a fontes midiáticas, resultando em um enfiamento das nossas visões de mundo. Além disso, a própria arquitetura das plataformas de redes sociais é desenhada para priorizar o engajamento em detrimento da confiabilidade dos posts. Seus algoritmos, assim, terminam por muitas vezes esconder informação de qualidade e explicitar conteúdos repletos de mistificações e desinformações¹⁵.

Em sentido similar vão Guess, Nyhan e Reifler (2018), em estudo publicado pelo European Research Council. Para os pesquisadores, a tendência de exposição seletiva a conteúdos propiciada pelas câmaras de ressonância das plataformas de redes sociais, embora superestimada em alguns casos, de fato intensificam os efeitos da desinformação, contribuindo para a disseminação de fake news¹⁶.

¹⁵ SHAO, Chengcheng et al. The spread of fake news by social bots. **arXiv preprint arXiv:1707.07592**, v. 96, p. 104, 2017.

¹⁶ GUESS, Andrew; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. Selective exposure to misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign. **European Research Council**, v. 9, 2018.



Ao longo das audiências públicas realizadas pela CPMI, foi possível discutir de maneira bastante abrangente a conceituação de fake news, além de observar efeitos práticos da aplicação desses conceitos em casos reais ocorridos em todo o mundo. O professor Wilson Gomes, da Universidade Federal da Bahia, definiu: “O fenômeno fake news é criatura do universo digital, depende de algumas condições, que são condições absolutamente digitais. Primeiro, depende de disseminação digital ou viralização, que é aquele tipo de dispersão que acontece por contágio: uma pessoa vai passando para a outra, um grupo chega ao outro, e assim as coisas são disseminadas.”. Ele acrescentou que “se chama fake news porque, é claro, é fake, é fabricada, é forjada, é falsificação, alteração, distorção, fabricação, invenção de fatos. Há de tudo um pouco: você pode pegar um fato verdadeiro e distorcê-lo; você pode inventar o fato completamente; você pode pegar um fato meio verdadeiro, meio falso. Qualquer elemento serve para isso.”. Por fim, Wilson Gomes declarou que “o problema não está em apenas ser fake, mas está na malignidade dessas notícias falsas. O problema não está simplesmente no fato de terem sido inventados os fatos. Vocês podem pegar fatos verdadeiros e produzir um material que é maligno no sentido de que serve para destruir reputações, para expor pessoas a determinadas situações”.

O Sr. Walter Capanema, Diretor de inovação e ensino na Smart3 Consultoria e Treinamento, Coordenador-geral e Professor do Curso de extensão em Direito Eletrônico da Escola de Magistratura do Estado do Rio de Janeiro, apresentou a seguinte definição: “Fake news seria a desinformação com a intenção de prejudicar alguém. É você manusear a verdade, é você modificar verdade, é você criar uma mentira para trazer um prejuízo. Mas eu vou mais além: num contexto eleitoral, eu vejo que a fake news poderia ter mais um elemento. Na fake news eleitoral, haveria o contexto ainda de beneficiar um candidato.”

O Sr. Leonel Azevedo de Aguiar, Diretor do Departamento de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do



Rio de Janeiro, apresentou a seguinte definição: “Aquilo que se chama fake news, na verdade, são crimes. É crime de injúria, é crime de calúnia, é crime de difamação. Não tem nada de news naquilo que circula pelas mensagens veiculadas pelo Whatsapp. Não tem nada de news”. Ele acrescentou: “Fake news, na verdade, é a prática de produções textuais e de postagens produzidas por grupos políticos ou por internautas e disseminadas nas redes sociais. Não se relacionam com o trabalho jornalístico”.

Em sentido similar foi Rafael de Almeida Evangelista, membro do Labjor da Unicamp, ao propor a seguinte definição: “Fake news é alguma coisa que serve muito mais para expressar essa cópia de uma fórmula estrutural ou de uma aparência estrutural do que seria o jornalismo, não é?, essa coisa que dá para um pedaço de informação um formato de como seria o jornalístico, mas que não é feita a partir desses critérios de busca de apuração da informação, que são históricos do jornalismo. Então, fake news, acredito que a expressão seja melhor usada para algo que é deliberadamente falso”.

Feitas essas considerações, passamos a destacar o papel de cada um dos atores envolvidos no processo de comunicação social.

ATORES ENVOLVIDOS

Em busca de uma compreensão sistêmica do porquê as fake news se tornaram tão expressivas, abordaremos o tema de uma perspectiva comunicacional. Os processos de comunicação são modelados a partir de um sistema que se inicia com a mensagem a ser enviada e termina em sua recepção. A figura abaixo ilustra essa cadeia:



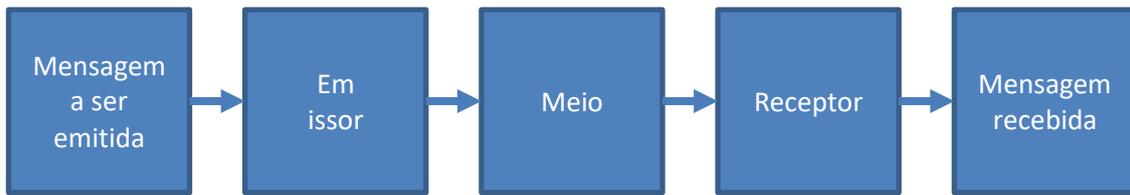


Figura 1: Modelagem de um sistema de comunicações.

Assim, a partir da análise de cada um dos atores envolvidos nessa cadeia e levando-se em consideração as especificidades de um novo cenário de consumo de mídia, poderemos responder com mais propriedade às seguintes perguntas: Quais são os fatores responsáveis pela disseminação de fake news? Por que o tema ganhou maior relevância neste momento? De quem é a responsabilidade para combater a desinformação?

Como poderemos perceber, cada agente tem sua parcela de responsabilidade e as táticas para mitigação dos problemas devem tratar os incentivos e peculiaridades de cada um dos atores envolvidos.

Assim, os atores que identificamos para este estudo são os seguintes:

- Imprensa tradicional;
- Redes sociais, mecanismos de busca e plataformas de conteúdo digital;
- Grupos que “fabricam” notícias;
- Usuários;
- Agências de Checagem;
- Terceiros “supervisores”.

Além dos próprios atores, é importante destacar também algumas características das mensagens “fake” que as distinguem daquelas verdadeiras e, por isso, dedicamos um tópico a esse assunto.



IMPrensa TRADICIONAL

A imprensa tradicional e o jornalismo sempre tiveram reconhecida sua importância na formação da opinião pública e na construção da democracia. Essa especialização e dedicação em produzir informações proporcionam ao cidadão comum conhecimentos sobre a realidade que seriam impossíveis de serem apurados individualmente.

Entretanto, o surgimento de novos meios de comunicação altera diversos aspectos da cadeia de entrega/troca de informações e as estruturas existentes para assegurar liberdade de expressão e outros direitos informacionais começam a ficar defasados. Ascensão das fake news reflete um dos riscos do novo cenário, bem como indica uma menor relevância da imprensa tradicional na formação da opinião pública. Isso não quer dizer que esse papel seja irrelevante, pelo contrário, mas é um papel diferente, com a presença de outros atores de peso no debate público.

Apesar do crescimento da importância de tema como as fake news, para a sociedade em geral, elas não são ainda a principal fonte de informação online, como sugerem estudos conduzidos na França e na Itália¹⁷. Contudo, em disputas políticas acirradas e com cenários políticos polarizados, mínimas diferenças podem ser relevantes. Com isso, a produção de conteúdo tendencioso passa a ser uma arma relevante, podendo trazer desbalanceamentos no processo político.

Nesse ponto, a imprensa tradicional, mais investigativa e responsável, vem tendo significativa perda de assinantes, uma importante fonte de recursos financeiros para a manutenção da atividade. A tabela abaixo revela a perda de assinantes desses veículos de mídia nos últimos anos no Brasil¹⁸:

¹⁷ Fonte: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/measuring-reach-fake-news-and-online-disinformation-europe> (acesso em 24/04/2018)

¹⁸ Fonte: <https://www.poder360.com.br/midia/tiragem-imprensa-dos-maiores-jornais-perde-520-mil-exemplares-em-3-anos/> (acesso em 04/05/2018)



CIRCULAÇÃO JORNAIS – 3 ANOS – 2015 A 2017

(circulação impressa e assinaturas digitais)

veículo	média de exemplares (auditada pelo IVC)						evolução - dez.2014 a dez.2017					
	dez.14			dez.17			%			nº absolutos		
	impr.	digital	total	impr.	digital	total	impr.	digital	total	impr.	digital	total
Folha (SP)	211.933	159.117	371.050	121.007	164.327	285.334	-42,9%	3,3%	-23,1%	-90.926	5.210	-85.716
Globo (RJ)	204.780	148.472	353.252	130.417	112.987	243.404	-36,3%	-23,9%	-31,1%	-74.363	-35.485	-109.848
Super Notícia (MG)	284.082	39.117	323.199	156.572	48.143	204.715	-44,9%	23,1%	-36,7%	-127.510	9.026	-118.484
Estado (SP)	163.314	74.111	237.425	114.527	88.745	203.272	-29,9%	19,7%	-14,4%	-48.787	14.634	-34.153
Zero Hora (RS)	164.352	37.705	202.057	100.979	80.150	181.129	-38,6%	112,6%	-10,4%	-63.373	42.445	-20.928
Estado de Minas (MG)	55.743	52.968	108.711	26.366	25.356	51.722	-52,7%	-52,1%	-52,4%	-29.377	-27.612	-56.989
Correio Braziliense (DF)	40.882	9.841	50.723	26.493	18.427	44.920	-35,2%	87,2%	-11,4%	-14.389	8.586	-5.803
Valor Econômico (SP)	43.177	15.795	58.972	29.382	28.985	58.367	-31,9%	83,5%	-1,0%	-13.795	13.190	-605
Gazeta do Povo (PR)	38.397	1.894	40.291	*	n.d.	n.d.	*	n.d.	n.d.	*	n.d.	n.d.
A Tarde (BA)	30.389	9.680	40.069	16.759	13.348	30.107	-44,9%	37,9%	-24,9%	-13.630	3.668	-9.962
O Povo (CE)	19.273	n.d.	19.273	13.844	n.d.	13.844	-28,2%	n.d.	-28,2%	-5.429	n.d.	-5.429
total	1.256.322	548.700	1.805.022	736.346	580.468	1.316.814	-41,4%	5,8%	-27,0%	-519.976	31.768	-488.208

Fonte: dados oficiais do IVC (Instituto Verificador de Circulação). Jornais: tiragem média diária + assinaturas digitais.
 A "Gazeta do Povo" deixou de circular em versão impressa diária em 2017. O "Povo" não tem dados sobre assinaturas digitais.
 Elaboração: Poder360/Drive

Figura 2: Circulação de jornais impressos e digitais no Brasil (2014-2017).

A tabela acima revela que a maneira de consumir notícias vem se alterando, passando de um modelo baseado no pagamento de assinaturas para o acesso “gratuito”. Os jornais tradicionais também aderiram a esse movimento e também mantêm páginas em redes sociais. A tabela abaixo mostra o número de seguidores de cada veículo de comunicação no Facebook¹⁹:

Folha de São Paulo	5,7 milhões
O Globo	5,5 milhões
Estadão	3,7 milhões
Zero Hora	2,5 milhões
Super Notícia	50 mil
Estado de Minas	192 mil
Correio Braziliense	709 mil

¹⁹ Dados extraídos no dia 05/05/2018.

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



Valor Econômico	976 mil
Gazeta do Povo	1,4 milhões
A Tarde	203 mil
Povo	1,3 milhões

Tabela 1: Número de seguidores de veículos de comunicação no Facebook.

Os jornais encontraram nas redes sociais um novo mecanismo de distribuição de seus conteúdos e disputam a atenção das pessoas no meio de postagens de amigos e de outros formadores de opinião, como blogs e ativistas. Entretanto, por retratarem a realidade com maior verossimilhança e sem poder colocar detalhes fantasiosos que muitas vezes chamam a atenção, esses veículos podem perder a guerra pela atenção das pessoas nas redes sociais e em outros meios de veiculação de conteúdo.

Com a ascensão das fake news, a mídia tradicional tem uma nova oportunidade de se aproximar de seus leitores, gerando credibilidade e confiança. Aliás, a popularização do termo “fake news” em detrimento de tantos outros (pós-verdade, misinformation, disinformation, truthiness) remete à ideia de que existem notícias que não são “fake”. Com isso, há um foco das atenções no início da cadeia de informação e uma ênfase de que os problemas de comunicação se centram no emissor e na mensagem.

Essa abordagem legitima os meios de comunicação tradicional como atores principais na tentativa de solução da questão. Entretanto, existem diversos outros pontos da cadeia, como será visto ao longo desse estudo, que são importantes elos numa solução mais sistêmica dos problemas causados pela desinformação.

Não obstante esse momento complicado da mídia tradicional, é possível perceber indícios de reação em alguns mercados. Nos EUA, por exemplo, houve um aumento significativo das assinaturas dos jornais de alcance nacional, movimento que ficou conhecido como “Trump Bump”. Isso denota que as pessoas voltaram a perceber na imprensa uma fonte de



informações de melhor qualidade. Em que pese esse aspecto positivo, nem todos os jornais se viram na mesma situação, pois jornais locais viram suas assinaturas continuarem diminuindo²⁰.

REDES SOCIAIS, MECANISMOS DE BUSCA E PLATAFORMAS DE CONTEÚDO DIGITAL

As redes sociais, os mecanismos de busca na internet e as plataformas digitais são importantes atores para a disseminação de diversos tipos de conteúdo, incluindo notícias falsas. Essas organizações têm seus modelos de negócio baseados em remuneração por anunciantes que fazem publicidade direcionada, o que gera a elas receitas bastante substanciais.

Estimativas são de que as mídias digitais podem chegar a ter quase um terço do bolo publicitário brasileiro, totalizando uma receita anual de R\$ 14,8 bilhões²¹. Em outros países, o referido percentual pode ser ainda maior, ultrapassando 40%, como nos EUA e na China²². Dessa forma, as plataformas digitais, que incluem aplicações de vídeo, como o YouTube, redes sociais, como o Facebook, e mecanismos de busca, como o Google, têm reconhecido valor na formação de crenças nos consumidores e também na opinião pública.

Os modelos de remuneração desses agentes ocorrem por diversos mecanismos: clicks, tempo de exibição de anúncios, quantidade de pessoas atingidas, etc. Não pretendemos aqui adentrar nesses modelos, mas apenas destacar algumas características que estão sempre presentes. Dentre

²⁰ Fonte: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-07-10/trump-bump-for-president-s-media-archenemies-eludes-local-papers> (acesso em 16/05/2018)

²¹ Fonte: <https://iabbrasil.com.br/wp-content/uploads/2017/03/2prxr11.jpg> (acesso em 24/04/2018)

²² Fonte: <https://iabbrasil.com.br/wp-content/uploads/2018/04/Dados-Comentados-Global-Digital-Ad-spend-1.pdf> (acesso em 24/04/2018)



essas características, destacamos duas: a assertividade e quantidade de público atingido.

Para o anunciante, quanto mais potenciais consumidores forem expostos à sua publicidade, melhor. Por outro lado, atingir um consumidor que está muito distante pode ser irrelevante para uma loja que necessita da visita física de seu consumidor. Ao mesmo tempo, atingir um número muito pequeno de possíveis vizinhos da loja também não atende a seus interesses. Com isso, os anúncios, para serem efetivos, devem ser direcionados (assertivos) e em massa.

Dados esses incentivos, a remuneração das plataformas se dá independentemente de o conteúdo veiculado ser verdadeiro ou falso. De certa forma, há até um certo incentivo para que existam dúvidas e polêmicas, já que isso é capaz de atrair a atenção e o tempo da audiência.

Apesar dessa relativa indiferença das plataformas em relação ao conteúdo publicado pelos usuários, há situações em que sua atuação é demandada. Uma dessas situações é a de retirada de conteúdo envolvendo cenas de nudez e atos sexuais de caráter privado²³. Outra situação em que as plataformas podem não ser indiferentes é quando há a associação de algum anunciante com vídeos ou conteúdo que não esteja de acordo com seus valores ético-morais (dos anunciantes).

A associação entre determinadas marcas e conteúdo impróprio fez com que alguns anunciantes retirassem sua publicidade desses meios²⁴. Com esse movimento, as plataformas também aprimoraram os mecanismos para retirada de conteúdo inadequado, bem como intensificaram

²³ Art. 21 da Lei nº 12.965/2014, Marco Civil da Internet, transcrito mais adiante neste capítulo.

²⁴ Referência: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/por-que-grandes-marcas-estao-retirando-sua-publicidade-do-google-e-youtube.ghtml> (Acesso em 04/05/2018)



as informações e diretrizes de conteúdo para aqueles que desejam rentabilizar suas publicações²⁵.

Essa preocupação dos anunciantes revela questões semelhantes àquelas atinentes às empresas tradicionais de mídia. Contudo, as empresas de rádio, TV e jornais estão submetidas a algumas regulações, como a responsabilização do conteúdo por elas veiculado. É um modelo diferente do modelo das empresas de tecnologia, que, em geral, não se responsabilizam pelo conteúdo postado por terceiros.

As empresas de tecnologia entendem-se como apenas intermediários na cadeia de entrega de serviços. Empresas com esse perfil entendem que seu papel é aproximar produtores e consumidores, diminuindo custos de transação na oferta de serviços e produtos. São inúmeros os exemplos, mas, para ilustrar, podemos citar o YouTube, que aproxima aqueles que produzem vídeos àqueles que querem vê-los ou a Uber, que aproxima aquele que desejam ir de um lugar ao motorista que pode levá-lo.

No caso específico de plataformas que lidam com a postagem de informações, o Marco Civil da Internet, Lei nº 12.965/2014, tem disposição específica sobre a responsabilidade desses agentes:

“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.”

Desta forma, as plataformas de conteúdo, as redes sociais e outras aplicações são tratadas pela legislação como empresas de tecnologia, para as quais praticamente não existe regulação. Essa perspectiva mais liberal é importante para o desenvolvimento de inovações e há os que

²⁵ Fonte: <https://support.google.com/youtube/answer/6162278> (acesso em 07/05/2018)



advogam que esse é o motivo de o celeiro dessas empresas ter se desenvolvido no Vale do Silício, na Califórnia²⁶. Todavia, dada a importância dessas plataformas no cotidiano atual, é crescente a pressão por sua regulação nas mais diversas aplicações²⁷.

Outra peculiaridade desses meios refere-se aos algoritmos utilizados. Como os resultados das buscas ou o que é visualizado nas redes sociais está correlacionado com as preferências do usuário, há uma tendência de que seja visualizado mais conteúdo com uma única visão, criando-se “bolhas”, em que opiniões divergentes e fontes alternativas de informação são preteridas. Nesse cenário, formam-se câmaras de reverberação e tem-se a impressão de que há consensos ou quase-consensos. Esses consensos, por sua vez, geram a sensação de que determinadas informações são verdadeiras, mesmo que não a tenhamos checado. Essas duas características geradas pelos algoritmos (criação de “bolhas” e reverberação de postagens) fazem com que as notícias falsas viralizem, ou seja, se espalhem muito rapidamente.

Além desse mecanismo “natural”, existem outros que podem ser considerados artificiais. Trata-se do impulsionamento ou outros tipos de priorização de conteúdo mediante remuneração das plataformas. Essas são técnicas de propaganda e, portanto, sensíveis ao uso de capital, o qual, nesse contexto, pode ser entendido como importante elemento na viralização de conteúdo e na formação da opinião pública.

Ademais, existem outras técnicas que podem viralizar conteúdo, como o uso de robôs, de perfis falsos e a contratação de pessoas para realização de publicações, comentários ou clicks. Várias dessas técnicas

²⁶ Fonte: <http://law.emory.edu/elj/content/volume-63/issue-3/articles/how-law-made-silicon-valley.html>

²⁷ Vide discussões sobre a regulamentação da Uber, do Airbnb, de conteúdo local para o Netflix etc.



têm sido combatidas pelas empresas atuantes nesses mercados, como será visto no Capítulo 5 deste estudo.

GRUPOS QUE “FABRICAM” NOTÍCIAS

Em muitos modelos de negócio das plataformas de internet, aqueles que produzem o conteúdo são também remunerados. Essa remuneração se deve à atração de atenção das pessoas para o conteúdo produzido e, concomitantemente, para a publicidade exibida em conjunto. Com esses estímulos de remuneração proporcionados por publicidade nas plataformas de aplicação na Internet, surgiram grupos que se aproveitavam dessa remuneração.

Muitos grupos e pessoas fazem conteúdo relevante com informação de qualidade, prestação de serviços ou algum tipo de entretenimento. Esse movimento é bastante positivo pois democratiza a produção de conteúdo e a capacidade de disseminá-lo, o que antes era restrito a grupos detentores de algum tipo de mídia. No entanto, alguns grupos podem também se valer desse modelo de negócios para produzir conteúdo irrelevante, que distrai as pessoas, desinforma ou alicia para crimes. Um desses grupos que podem se aproveitar desse tipo de modelo de negócios são aqueles voltados para a construção de notícias falsas.

Talvez o exemplo mais conhecido desse tipo de atuação seja o de um grupo de estudantes da cidade de Veles, na Macedônia. Diversas reportagens mostraram como eles atuam, especialmente em processos eleitorais nos Estados Unidos. Esses grupos remunerados ou não por aqueles que têm direto interesse em influenciar a opinião pública acabam se beneficiando por gerar desinformação.

Esses grupos tiram vantagem do fato de as pessoas muitas vezes não estarem interessadas na “verdade”, mas em reforçar crenças próprias. Essas circunstâncias, em que os fatos objetivos são menos influentes



na construção da opinião pública, estão relacionadas ao conceito de pós-verdade, que é um dos principais fatores para que haja interesse na produção de fake news.

Ademais, nem todo conteúdo é completamente inverídico. Para parecer algo verdadeiro, muitas das histórias são criadas com base em algo concreto, mas que depois é distorcido e fantasiado. As histórias criadas dessa maneira passam a ser mais interessantes do que a própria realidade, pois não há limites para a criatividade. Com essas características, uma notícia falsa tem uma chance 70% maior de ser compartilhada²⁸.

Apesar de todo o esforço global e a preocupação com as fake news e, em especial, seu impacto sobre a democracia, aqueles que têm retorno financeiros parecem não se importar com o problema, inclusive autoridades públicas. Como exemplo, citamos trechos de entrevistas com adolescentes produtores de fake news na cidade de Veles, na Macedônia, disponibilizadas pela BBC²⁹:

"Os americanos amaram nossas histórias e queremos tirar dinheiro disso"

"Quem se importa se são verdadeiras ou falsas?"

"Você acha que se o seu filho ganhasse 30 mil euros por mês você acharia isso um problema?"

O que mais espanta nesse caso é que até mesmo autoridades não se sensibilizam com o tema, caso seus cidadãos sejam beneficiados, como mostra a fala do prefeito da cidade:

"Não há dinheiro sujo em Veles."

USUÁRIOS

²⁸ Fonte: <http://ciencia.estadao.com.br/noticias/geral,fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-as-noticias-verdadeiras-diz-novo-estudo,70002219357> (acesso em 10/05/2018)

²⁹ Fonte: <http://www.bbc.com/portuguese/internacional-38206498> (acesso em 10/05/2018)



Os usuários são os agentes mais heterogêneos de toda a cadeia de comunicação. Não apenas por serem pessoas diferentes e, com isso, terem valores, ideologias e atuações distintos no consumo de conteúdo, mas também porque se tornam produtores e emissores de mensagens.

Com a internet, as pessoas passaram de meros espectadores, como ocorreria nas mídias de comunicação de massa do século XX, a protagonistas no processo de comunicação. Além de produzirem conteúdo próprio, os usuários podem também repassar conteúdo de terceiros, propiciando o fenômeno da viralização.

Muitas vezes, os usuários não têm essa noção de que cada um deles é produtor de conteúdo, mesmo daquele conteúdo que é compartilhado ou repassado, servindo de meio para a disseminação das informações. Com a capacidade de ter mais voz, os usuários devem também ter mais responsabilidade sobre aquilo que emitem. Entretanto, não é isso que se vê, e um comportamento comum é repassar notícias e colocar sobre o receptor da mensagem a responsabilidade de checar a veracidade da informação.

Outra característica importante é o papel das emoções no consumo e compartilhamento de conteúdo, conforme mencionado anteriormente neste estudo. Esse fato, combinado com a velocidade que as pessoas analisam o grande volume de informações que recebem, faz com que sejam buscados atalhos ou heurísticas para avaliar o que é verdade ou não e o que é relevante ou não.

A velocidade advém especialmente do uso dos celulares. Esse é um meio de comunicação instantânea e dificulta leituras mais aprofundadas. Assim, não é incomum que as pessoas compartilhem conteúdo lendo apenas o título, sem verificar os detalhes, a data que a notícia foi escrita ou a fonte. Essa dinâmica tende a favorecer decisões baseadas em emoções e



que fazem uso do sistema rápido de decisões cerebrais, no qual os instintos e os sentimentos são mais importantes (KAHNEMAN, 2012).

Portanto, esse é um grupo essencial para compreender a importância que as fake news têm tomado na sociedade. Para melhorar o comportamento desses agentes e diminuir a desinformação, são importantes ações de letramento digital (*media literacy*), as quais serão brevemente abordadas mais adiante neste estudo.

AGÊNCIAS DE CHECAGEM

Num ambiente em que a desinformação é tão relevante, surge uma oportunidade para produção de conteúdo que seja baseado em fatos. Esses agentes, que têm como objetivo verificar informações e notícias, são as agências de checagem (*fact checkers*).

Esses atores promovem uma espécie de auditoria e, com um agente exercendo esse papel, surgem questionamentos naturais, como: Quem audita o auditor? O que será auditado? Há interesses declarados ou ocultos de quem faz a auditoria?

Sabendo que existem questionamentos dessa natureza, as entidades que fazem esse tipo de serviço decidiram criar princípios éticos e metodologias para fazer a checagem de fatos e dar maior credibilidade à sua atuação.

Assim, surgiu a *International Fact Checking Network* (IFCN), a qual tem os seguintes princípios³⁰:

1. Compromisso com o não-partidarismo e com a justiça;
2. Compromisso com a transparência das fontes;

³⁰ Fonte: <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles> (acesso em 10/05/2018)



3. Compromisso com a transparência do financiamento e na organização;
4. Compromisso com a transparência da metodologia;
5. Compromisso com correções abertas e honestas.

No Brasil, três agências são membros da IFCN:

- Agência Lupa;
- Agência Pública – Truco;
- Aos Fatos.

Esses atores, mesmo robustecidos pelas declarações de compatibilidade de princípios, são ainda alvo de críticas importantes³¹, justamente por questões similares àquelas mencionadas no início desta seção.

TERCEIROS “SUPERVISORES”

Além dos agentes que fazem parte diretamente do processo de comunicação, existem aqueles que são supervisores do processo. Em geral, esse agente é o Estado, o qual pode interferir no processo de comunicações, coletar dados, dentre outras atividades, desde que haja justificativa legítima para isso.

A fim de evitar discricionariedade pelas autoridades, o princípio geral é de que deve existir ordem judicial para qualquer tipo de atuação desses supervisores. Assim, o agente que entende ser necessário algum tipo de intervenção solicita essa intervenção ao Poder Judiciário, que irá analisar se o pedido é legítimo ou não.

³¹ Fonte: <http://www.gazetadopovo.com.br/blogs/flavio-gordon/2018/05/16/epistocracia-o-ataque-dos-autoproclamados-fact-checkers-internet-livre/> (acesso em 14/05/2018)



É nesse sentido que o Marco Civil da Internet trata a requisição de registros de conexão e de acesso a aplicações, bem como a retirada de conteúdo da internet. Para execução dessas ações, é necessária autorização judicial, exceto nos casos que envolvem materiais contendo cenas de nudez ou de atos sexuais de caráter privado.

O receio da censura de opiniões e de prejuízos à liberdade de expressão está relacionado a possibilidade de que interesses particulares possam influir sobre a decisão. O livro “1984” de George Orwell é um exemplo de distopia causada pelo controle de informação em determinado agente, naquela caso o próprio Estado que, por meio do Ministério da Verdade, construía notícias e até reescrevia a história de acordo com seus próprios interesses. Além disso, o receio de sanções relacionadas a determinadas opiniões pode causar o chamado “chilling effect”, que é o desencorajamento da emissão de opiniões, algo certamente não desejável numa democracia.

Algumas atuações de terceiros “supervisores” serão detalhadas adiante, como a atuação do TSE (Tribunal Superior Eleitoral).

CARACTERÍSTICAS DAS MENSAGENS “FAKE”

Segundo estudo, as notícias falsas têm 70% mais chances de serem compartilhadas e conseguem atingir as pessoas muito mais rápido do que as demais notícias (VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018). Por que isso ocorre?

Alguns dos efeitos, conforme discutido anteriormente, estão relacionados aos próprios usuários, que fazem reverberar histórias com as quais têm identificação emocional, bem como com o próprio meio, como redes sociais, nos quais há filtragem algorítmica de conteúdo. Entretanto, há também algo relacionado à própria mensagem em si.



As histórias fictícias, falsas ou aumentadas têm um diferencial competitivo quando comparadas com informações verdadeiras: elas não têm qualquer limite para sua construção. Enquanto as notícias consideradas verdadeiras devem se ater aos fatos, notícias falsas têm como único limite a imaginação de quem as cria.

A ficção sempre pode ter um apelo maior do que aquilo que tem limitações na realidade. Com isso, histórias mais interessantes podem ser criadas, mesmo que, para se ter alguma credibilidade, haja alguma vinculação com os fatos. Tal característica é resumida assim pela editora ucraniana Olga Yurkova, criadora da página StopFake.org:

“Se uma história é demasiadamente emocionante ou dramática, provavelmente não é real. A verdade é geralmente entediante”.

Essas histórias demasiadamente instigantes são criadas para chamar a atenção das pessoas, o que revela o caráter deliberado dessas criações, denotando mais uma das características das fake news, a intencionalidade em ser falso.

LEGISLAÇÃO NACIONAL

Crimes contra a honra, como calúnia e difamação, os quais fazem uso de informações inverídicas, já são tradicionais no código penal brasileiro. Na maioria dos casos, esses crimes têm alcance limitado, pois, historicamente, a veiculação de informações ou notícias a um público mais amplo era restrita aos meios de comunicação social. Desta forma, a questão das notícias falsas é abordada na legislação nacional especialmente para os veículos de comunicação.

Nesse contexto, e sem mencionar ainda as questões eleitorais, que serão tratadas no Capítulo 4, duas legislações merecem ser



citadas, o Código Brasileiro de Telecomunicações e a Lei de Imprensa, essa última não recepcionada pela Constituição de 1988.

O Código Brasileiro de Telecomunicações, aprovado pela Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, e alterado pelo Decreto Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, assim se refere à veiculação de notícias falsas:

“Art. 53. Constitui abuso, no exercício de liberdade da radiodifusão, o emprêgo dêsse meio de comunicação para a prática de crime ou contravenção previstos na legislação em vigor no País, inclusive:

(...)

j) veicular notícias falsas, com perigo para a ordem pública, econômica e social;

(...)

Parágrafo único. Se a divulgação das notícias falsas houver resultado de êrro de informação e fôr objeto de desmentido imediato, a nenhuma penalidade ficará sujeita a concessionária ou permissionária”. (grifos nossos)

Como pode ser percebido, o receio era de que um meio com alto poder de influência sobre a opinião pública pudesse causar alguma ameaça à ordem pública. A atual preocupação com as fake news também traz esse tipo de receio, no entanto, na atualidade, a produção de conteúdo relevante para influenciar a opinião pública não está restrita aos meios de comunicação de massa, já que a internet possibilitou que muitos outros agentes pudessem ter voz.

Vale mencionar que o parágrafo único citado acima havia sido vetado pela Presidência da República com a seguinte argumentação:

“A veracidade da informação deve ser objeto de exame antes da divulgação da notícia, não sendo justo que alguém transmita uma informação falsa, com todos os danos que daí podem decorrer, inclusive para a segurança pública, sem sujeição a qualquer penalidade. A apreciação da boa ou má fé da divulgação ficará a cargo da autoridade competente ou do Poder Judiciário, se for o caso”.



O referido parágrafo único é uma importante salvaguarda para que os meios de comunicação não sofressem constantes ameaças de litígio judicial. A derrubada do veto presidencial pelo Congresso Nacional reflete a importância da liberdade de expressão e de imprensa para o Poder Legislativo.

Outra legislação que também tratou da questão de notícias falsas foi a Lei de Imprensa, Lei nº 5.520, de 9 de fevereiro de 1967. Essa lei, aprovada durante o regime militar, não foi recepcionada pela Constituição de 1988 por decisão do Supremo Tribunal Federal na Arguição de Preceito Fundamental nº 130 (ADPF nº 130/DF), por ter sido considerada antidemocrática e limitar a liberdade de imprensa. Entretanto, vale a sua remissão no intuito de compreender os mecanismos de controle de informação utilizados no século XX:

“Art . 16. Publicar ou divulgar notícias falsas ou fatos verdadeiros truncados ou deturpados, que provoquem:

I - perturbação da ordem pública ou alarma social;

II - desconfiança no sistema bancário ou abalo de crédito de instituição financeira ou de qualquer empresa, pessoa física ou jurídica;

III - prejuízo ao crédito da União, do Estado, do Distrito Federal ou do Município;

IV - sensível perturbação na cotação das mercadorias e dos títulos imobiliários no mercado financeiro.

Pena: De 1 (um) a 6 (seis) meses de detenção, quando se tratar do autor do escrito ou transmissão incriminada, e multa de 5 (cinco) a 10 (dez) salários-mínimos da região.

Parágrafo único. Nos casos dos incisos I e II, se o crime é culposo:

Pena: Detenção, de 1 (um) a (três) meses, ou multa de 1 (um) a 10 (dez) salários-mínimos da região”.

Esse trecho mostra como a criminalização de publicações de notícias falsas pode ser entendida como uma limitação da liberdade de expressão e de imprensa. Entretanto, no caso do inciso I do art. 16, os



ministros Joaquim Barbosa e Ellen Gracie do STF entenderam³² que havia compatibilidade com o ordenamento jurídico implantado pela Constituição de 1988 “desde que entendida única e exclusivamente no contexto excepcional do artigo 136 (estado de defesa) da Constituição. ”

CONSEQUÊNCIAS POLÍTICAS

“Na guerra, a verdade é a primeira vítima”. A frase atribuída ao dramaturgo grego Ésquilo reflete bem um aspecto da disputa política, o uso seletivo e indutivo de informações. A manipulação de informações é, portanto, desde muito tempo considerada poderosa arma nas guerras e nas campanhas políticas, e com a abundância de informação existente na atualidade, esse tipo de ferramenta não poderia deixar de ser usada.

As fake news são produto e, ao mesmo tempo, consequência da polarização política propiciada pelos algoritmos das redes sociais e dos mecanismos de busca. O conceito de pós-verdade nos remete à importância das emoções para a aceitação de argumentos. Se uma determinada notícia faz sentido segundo nossa pré-concepção sobre o tema, ela torna-se, para nós, verdade, enquanto que aquilo que parece não fazer sentido é rapidamente descartado por não ser verdadeiro.

Esse modo de resposta do cérebro é explorado por aqueles que têm objetivos políticos. Dessa forma, é importante para aquele agente saber quais são, a priori, as concepções das pessoas as quais ele quer atingir. Assim, os argumentos são escolhidos de maneira customizada de modo a sensibilizar adequadamente o alvo. Dessa percepção surge a necessidade de coleta e informações para conhecimento do perfil das pessoas e da melhor maneira de abordá-las. Essa tarefa altamente especializada fez surgir uma

³² Fonte: <http://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=AC&docID=605411> (acesso em 15/05/2018)



série de empresas que exploram o chamado “big data” para, a partir de um grande volume de dados, extrair informações úteis aos seus clientes. Apesar de existirem muitas iniciativas que contribuem para a vida das pessoas e para os negócios, existem aqueles que exploram essas capacidades tecnológicas para fins nefastos e antiéticos, como foi visto no caso envolvendo a empresa inglesa Cambridge Analytica³³.

No âmbito político, as fake news podem ter dois objetivos, o de aumentar a popularidade de determinado candidato ou o de prejudicar a imagem dos adversários. A primeira opção tem a desvantagem de poder criar uma aura negativa ou de falsidade sobre o candidato, algo que desincentiva esse tipo de utilização. Em vista disso, a segunda opção é terreno mais fértil para o uso de fake news, em especial se puder ser feita de maneira anônima.

Assim, as fake news se aproveitam dos aspectos e limitações cognitivas do cérebro para implantar informações inverídicas, moldando a opinião pública de acordo com os interesses daqueles que estão por trás e, muitas vezes, patrocinando a proliferação desse conteúdo. É algo que desvirtua a tomada de decisão pelo eleitor e, conseqüentemente, que depõe diretamente contra a democracia.

A viralização de conteúdo é um fenômeno recente para cujos efeitos a sociedade ainda não se atentou completamente. Antes da internet e, especialmente, das redes sociais, os mecanismos para disseminação de informações tinham características que faziam com que notícias falsas tivessem um outro padrão de proliferação.

No caso da mídia tradicional, as matérias editadas ou transmitidas têm uma “assinatura”, o que nem sempre acontece com a internet. Muitos conteúdos são enviados sem que haja uma assinatura ou com uma assinatura falsa, possibilitando que a reputação de um certo interlocutor possa

³³ Para uma referência sobre a questão, vide:

<https://www.theguardian.com/news/series/cambridge-analytica-files>



ser utilizada de má fé por terceiros. Além disso, a facilidade de criação e destruição de perfis torna-os praticamente descartáveis. Nesses casos, não há preocupação com reputação, pois pode-se criar rapidamente outro perfil e divulgar novas mensagens (muitas vezes impulsionadas) com o mesmo objetivo.

As antigas estratégias de espalhar boatos e de panfletar, apesar de muito eficazes no passado, não são capazes de rivalizar com as atuais técnicas de viralização. Primeiro porque não são tão assertivas, pois atingem de maneira uniforme todos os indivíduos. Isso, além de ser pouco efetivo, propicia com que adversários possam também ser atingidos e estejam em posição de promover um contra-ataque. No caso das redes sociais, além da escala, é possível utilizar táticas que ficam praticamente invisíveis aos adversários, dificultando o revide. E, mesmo que haja uma resposta, ela não será tão efetiva, por dois motivos:

- Já haverá uma pré-concepção da pessoa, o que fará ela ser refratária à nova informação;
- Atingir as mesmas pessoas inicialmente impactadas pela informação inverídica é uma tarefa bastante complexa.

Desta forma, a atual dinâmica da circulação de ideias propicia novos modos de manipulação da opinião pública, e aqueles mais aptos na realização dessas manipulações têm vantagem em pleitos eleitorais. É uma conclusão com importantes consequências para o cenário político-eleitoral e para a democracia.

CRIMES E INFRAÇÕES ELEITORAIS

As eleições deste ano terão um período de campanha mais curto, de apenas 45 dias. Com isso, o tempo para reação a alguma



notícia falsa é diminuído, potencializando a possível utilização das fake news para destruição de candidaturas.

Apesar de as fake news serem um fenômeno recente nos termos aqui abordados, o uso desse tipo de mecanismo é conduta que já estava prevista como crime no Código Eleitoral, Lei nº 4.737/1965:

“Art. 323. Divulgar, na propaganda, fatos que sabe inverídicos, em relação a partidos ou candidatos e capazes de exercerem influência perante o eleitorado:

Pena - detenção de dois meses a um ano, ou pagamento de 120 a 150 dias-multa.

Parágrafo único. A pena é agravada se o crime é cometido pela imprensa, rádio ou televisão.

Art. 324. Caluniar alguém, na propaganda eleitoral, ou visando fins de propaganda, imputando-lhe falsamente fato definido como crime:

Pena - detenção de seis meses a dois anos, e pagamento de 10 a 40 dias-multa.

§ 1º Nas mesmas penas incorre quem, sabendo falsa a imputação, a propala ou divulga.

§ 2º A prova da verdade do fato imputado exclui o crime, mas não é admitida:

I - se, constituindo o fato imputado crime de ação privada, o ofendido, não foi condenado por sentença irrecorrível;

II - se o fato é imputado ao Presidente da República ou chefe de governo estrangeiro;

III - se do crime imputado, embora de ação pública, o ofendido foi absolvido por sentença irrecorrível.

Art. 325. Difamar alguém, na propaganda eleitoral, ou visando a fins de propaganda, imputando-lhe fato ofensivo à sua reputação:

Pena - detenção de três meses a um ano, e pagamento de 5 a 30 dias-multa.

Parágrafo único. A exceção da verdade somente se admite se ofendido é funcionário público e a ofensa é relativa ao exercício de suas funções.

Art. 326. Injuriar alguém, na propaganda eleitoral, ou visando a fins de propaganda, ofendendo-lhe a dignidade ou o decôro:

Pena - detenção até seis meses, ou pagamento de 30 a 60 dias-multa.

(...)

Art. 327. As penas cominadas nos artigos. 324, 325 e 326, aumentam-se de um terço, se qualquer dos crimes é cometido:

(...)

III - na presença de várias pessoas, ou por meio que facilite a divulgação da ofensa.

(...)



Art. 331. Inutilizar, alterar ou perturbar meio de propaganda devidamente empregado:

Pena - detenção até seis meses ou pagamento de 90 a 120 dias-multa.

Art. 332. Impedir o exercício de propaganda:

Pena - detenção até seis meses e pagamento de 30 a 60 dias-multa.”

Em que pese a legislação ser abrangente o suficiente para incluir práticas que façam uso da internet, as novas mídias trouxeram peculiaridades que exigiram do legislador um maior detalhamento, o que ocorreu principalmente na Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997) por emendas introduzidas pela Lei nº 13.488/2017, com a criação inclusive de uma seção específica para a propaganda na internet (arts. 57-A a 57-J). Alguns desses dispositivos estão transcritos abaixo:

“Art. 26. São considerados **gastos eleitorais**, sujeitos a registro e aos limites fixados nesta Lei:

(...)

XV - custos com a criação e inclusão de sítios na internet e com o **impulsioneamento de conteúdos contratados diretamente com provedor da aplicação** de internet com sede e foro no País; (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

(...)

Art. 39. ...

§ 5º Constituem crimes, no dia da eleição, puníveis com detenção, de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período, e multa no valor de cinco mil a quinze mil UFIR:

(...)

IV - a publicação de novos conteúdos ou o impulsioneamento de conteúdos nas aplicações de internet de que trata o art. 57-B desta Lei, podendo ser mantidos em funcionamento as aplicações e os conteúdos publicados anteriormente. (Incluído dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

(...)

Art. 57-B. ...



§ 2º Não é admitida a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de internet com a intenção de falsear identidade. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 3º **É vedada a utilização de impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor da aplicação de internet, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros.** (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 4º O **provedor de aplicação de internet** que possibilite o impulsionamento pago de conteúdos deverá contar com canal de comunicação com seus usuários e somente poderá ser responsabilizado por danos decorrentes do conteúdo impulsionado 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 pela Justiça Eleitoral.** (Incluído pela Lei nº 13.488, 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. (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

(...)

§ 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 agremiações. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

(...)

Art. 57-D. **É livre a manifestação do pensamento, vedado o anonimato durante a campanha eleitoral, por meio da rede mundial de computadores - internet,** assegurado o direito de resposta, nos termos das alíneas a, b e c do inciso IV do § 3º do art. 58 e do 58-A, e por outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

(...)



Art. 57-F. Aplicam-se ao provedor de conteúdo e de serviços multimídia que hospeda a divulgação da propaganda eleitoral de candidato, de partido ou de coligação as penalidades previstas nesta Lei, se, no prazo determinado pela Justiça Eleitoral, contado a partir da notificação de decisão sobre a existência de propaganda irregular, não tomar providências para a cessação dessa divulgação. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

Parágrafo único. O provedor de conteúdo ou de serviços multimídia só será considerado responsável pela divulgação da propaganda se a publicação do material for comprovadamente de seu prévio conhecimento. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

(...)

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. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

§ 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). (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)

§ 2º Igualmente incorrem em crime, punível com detenção de 6 (seis) meses a 1 (um) ano, com alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período, e multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), as pessoas contratadas na forma do § 1o. (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)

(...)

Art. 57-J. O Tribunal Superior Eleitoral regulamentará o disposto nos arts. 57-A a 57-I desta Lei de acordo com o cenário e as ferramentas tecnológicas existentes em cada momento eleitoral e promoverá, para os veículos, partidos e demais entidades interessadas, a formulação e a ampla divulgação de regras de boas práticas relativas a campanhas eleitorais na internet. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

Art. 58. A partir da escolha de candidatos em convenção, é assegurado o direito de resposta a candidato, partido ou coligação atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito,



imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social.

(...)

IV - em propaganda eleitoral na internet: (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

a) deferido o pedido, o usuário ofensor deverá divulgar a resposta do ofendido em até quarenta e oito horas após sua entrega em mídia física, e deverá empregar nessa divulgação o mesmo impulsionamento de conteúdo eventualmente contratado nos termos referidos no art. 57-C desta Lei e o mesmo veículo, espaço, local, horário, página eletrônica, tamanho, caracteres e outros elementos de realce usados na ofensa; (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)” (grifos nossos)

Os comandos legais mencionados nos artigos citados refletem a preocupação com a influência da internet sobre as eleições, incluindo questões relacionadas ao financiamento das campanhas, algo não destacado nos excertos acima.

Pode-se perceber ainda que, especificamente na questão das fake news (§§2º a 5º do art. 57-B), preferiu-se dar um tratamento não criminal ao tema, punindo a prática com sanções administrativas, o que não afasta a incidência dos crimes eleitorais em vigor, quando o caso concreto justificar.

Percebe-se também que a maioria das regulações incide sobre o anunciante (candidato, partido etc), impondo-lhe obrigações de como as propagandas utilizando a Internet podem ser feitas. Além disso, há também disposições que se aplicam aos provedores de aplicações, o que é algo bastante interessante, tendo em vista que esses são atores importantes em todo o processo, conforme visto no Capítulo 2. Ainda que não se trate propriamente de uma regulação sobre os algoritmos relacionados ao impulsionamento (abrangência dos usuários atingidos, tipos de conteúdo que



podem ser impulsionados, indicativos de veracidade etc), essas disposições reconhecem a importância desses atores da formação da opinião pública.

Há que se destacar também a regulamentação, prevista na legislação, de competência do TSE (Tribunal Superior Eleitoral), a qual será descrita no item 5.1.

No campo nas fake news, o importante de se destacar é que podem haver alguns mecanismos naturais e artificiais para fazer com que o conteúdo seja viralizado. O primeiro deles, e considerado natural, é o compartilhamento de conteúdo com o qual o usuário tem alguma identificação. Essa prática é extremamente relevante, uma vez que há uma grande chance de o compartilhamento ocorrer e reverberar em “bolhas”, o que nos remete às questões relacionadas a pós-verdade discutidas anteriormente.

Outros dois mecanismos artificiais podem ser destacados:

- uso de perfis falsos, especialmente com recursos de inteligência artificial, conhecidos como robôs ou bots; e
- impulsionamento patrocinado de conteúdo, especialmente com uso de dados de perfil dos usuários.

Essas duas questões podem mudar o jogo eleitoral e despertam preocupação, sobretudo por envolverem a aplicação de recursos financeiros.

A criação de perfis falsos é algo que demanda a utilização de sistemas de inteligência artificial ou um conjunto de pessoas contratadas para atividades que reforçam a posição do contratante (curtidas, compartilhamentos, produção de conteúdo etc). No impulsionamento, a vantagem competitiva proporcionada por um aporte financeiro é muito mais evidente, pois o conteúdo patrocinado será visto por um público muito maior e, possivelmente, com propensões de aceitação maiores, dado o possível conhecimento dos perfis a serem atingidos.



Todas essas preocupações estão na pauta da Justiça Eleitoral, como será visto mais adiante neste estudo. Nesse contexto, deve-se mencionar fala do Presidente do TSE, Ministro Luiz Fux, de que fake news podem ser causa para anulação da eleição³⁴. O ministro referia-se ao art. 222 do Código Eleitoral, transcrito abaixo:

Art. 222. É também anulável a votação, quando viciada de falsidade, fraude, coação, uso de meios de que trata o Art. 237, ou emprego de processo de propaganda ou captação de sufrágios vedado por lei.

Apesar da possibilidade de anulação, essa seria uma decisão cujo embasamento seria de difícil operacionalização. Isso porque, para a anulação, deveria ser comprovado que as notícias falsas tiveram um impacto direto na opinião dos eleitores e que esses votos adicionais alteraram o resultado da eleição. Juntar tantos elementos em eleições que atingem milhares e, não raro, milhões de eleitores seria algo bastante complexo.

INICIATIVAS EM ANDAMENTO

Sem a pretensão de sermos exaustivos, descrevemos abaixo algumas ações em curso por alguns dos atores descritos no Capítulo 2.

TSE

Em dezembro de 2017, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) criou o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições, composto por representantes da Justiça Eleitoral, do governo federal, do Exército Brasileiro e

³⁴ Fonte: <https://veja.abril.com.br/brasil/luiz-fux-eleicoes-podem-ser-anuladas-por-causa-de-fake-news/> (10min e 20s do vídeo - acesso em 16/05/2018)



da sociedade civil. Esse conselho, conforme portaria³⁵ que o instituiu, tem as seguintes atribuições:

I - desenvolver pesquisas e estudos sobre as regras eleitorais e a influência da Internet nas eleições, em especial o risco das fake news e o uso de robôs na disseminação das informações;

II - opinar sobre as matérias que lhe sejam submetidas pela Presidência do TSE;

III - propor ações e metas voltadas ao aperfeiçoamento das normas.

Esse conselho, de caráter consultivo, tem o papel de subsidiar ações preventivas e repressivas do tribunal, o que reforça o reconhecimento da influência da Internet e das fake news nas eleições.

Essa não é a única iniciativa do TSE em que se percebe esse reconhecimento. A Resolução nº 23.551 do TSE trata da propaganda eleitoral de 2018, de onde destacamos algumas questões ligadas ao uso da internet:

- A livre manifestação do pensamento do eleitor identificado ou identificável na internet somente é passível de limitação quando ocorrer ofensa à honra de terceiros ou divulgação de fatos sabidamente inverídicos;
- Não é admitida a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de internet com a intenção de falsear identidade.

³⁵ Fonte: <http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tse-portaria-no-949-de-07-de-dezembro-de-2017> (acesso em 16/05/2018)



- Será punido quem realizar propaganda eleitoral na internet atribuindo indevidamente sua autoria a terceiro;
- 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 macular a imagem de candidato, de partido político ou de coligação.
- Constitui crime divulgar, na propaganda, fatos que se sabem inverídicos, em relação a partidos políticos ou a candidatos, capazes de exercer influência sobre o eleitorado. A pena é agravada se o crime for cometido pela imprensa, rádio ou televisão.

Vários desses tópicos já estavam presentes na Lei nº 9.504/1997 e na Lei nº 4.737/1965. Entretanto, destacamos a primeira delas, limitação da liberdade de manifestação de pensamento quando ocorrer ofensa de terceiros ou divulgação de fatos sabidamente inverídicos.

O julgamento sobre divulgação de fatos sabidamente inverídicos é algo que certamente causará polêmica. Neste momento, ainda não é possível saber como será a utilização desse dispositivo da resolução em casos concretos. De qualquer sorte, qualquer ação do tribunal no sentido de solicitar retirada de conteúdo da internet deverá ser muito cautelosa de modo a não suscitar reclamações de partidarismo, censura, ou limitação indevida da liberdade de expressão.

CÂMARA DOS DEPUTADOS

Na Câmara dos Deputados, já existem diversas iniciativas, além da propositura de projetos de lei, que abordam a questão das fake news. Abaixo listamos algumas delas.



- 12ª Conferência Legislativa sobre Liberdade de Expressão³⁶: evento realizado em 08/05/2018 que teve como tema "A importância da educação midiática na formação da cidadania e no combate às notícias falsas"³⁷.
- Palestra com especialistas em educação digital Renee Hobbs³⁸.
- Reportagem Especial da Radio Câmara sobre Fake News³⁹.
- Realização de estágio visita⁴⁰, o qual no mês de maio teve como tema "Mídia, Fake News e Eleições".
- Seminário sobre proteção de dados pessoais, o qual também tratou de fake news. O seminário foi realizado

³⁶ Fonte:

[http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/institucional/materias/COMUNICACAO/556950-12-CONFERENCIA-LEGISLATIVA-SOBRE-LIBERDADE-DE-EXPRESSAO-OCORRE-NESTA-TERCA-FEIRA-\(8\).html](http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/institucional/materias/COMUNICACAO/556950-12-CONFERENCIA-LEGISLATIVA-SOBRE-LIBERDADE-DE-EXPRESSAO-OCORRE-NESTA-TERCA-FEIRA-(8).html) (acesso em 14/05/2018)

³⁷ Vídeo disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=P3glAxdQRTw>

³⁸ Fonte:

<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/institucional/materias/INFORMATICA/554301-CAMARA-CONVIDA-PARA-PALESTRA-SOBRE-EDUCACAO-DIGITAL-COM-RENEE-HOBBS.html> (acesso em 14/05/2018)

Vídeo disponível em <http://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/webcamara/arquivos/videoArquivo?codSessao=72085>

³⁹ Fonte: <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/radio/materias/REPORTAGEM-ESPECIAL/556723-FAKE-NEWS-O-QUE-SAO-BLOCO-1.html> (acesso 14/05/2018)

⁴⁰ Fonte: <https://escolavirtualdecidadania.camara.leg.br/site/862/estagio-participacao/> (acesso em 15/05/2018)



em conjunto pela CCTCI e pela Comissão Especial do PL 4060/2012⁴¹.

CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO CONGRESSO NACIONAL

A disseminação de fake news também foi tema de debates no Conselho de Comunicação Social (CCS) do Congresso Nacional, em especial na reunião ocorrida em 05/03/2018.

A polêmica girou em torno da apreciação de anteprojeto de lei que travava da fake news. O projeto, sem autoria, gerou diversas reações dentro e fora do CCS e, por fim, decidiu-se pela criação de uma comissão de estudos sobre o tema e pela realização de audiências públicas com os autores de projetos de lei já em tramitação sobre o assunto.

Esse episódio reflete grande parte das polêmicas relacionadas às iniciativas legislativas sobre o tema, como definição de fake news e retirada automática de conteúdo da internet.

FACEBOOK

O Facebook e outras redes sociais já experimentaram algumas formas de combate às fake news. O primeiro deles foi solicitar aos usuários que marquem as notícias que considerarem falsas. Entretanto, ao contrário do que se esperava, com essa marcação o conteúdo era ainda mais compartilhado.

Em outra tentativa, uma entidade de checagem de fatos, ao identificar algum conteúdo que seja evidentemente falso, escrevia um artigo,

⁴¹ Mais informações em: <http://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/cctci/Eventos/2018/2018-05-22-seminario-dados-pessoais/22-05-2018-seminario-protexcao-de-dados-pessoais> (acesso em 24/05/2018)



cujo link era repassado ao Facebook. Ao receber o artigo, ele é mostrado como “artigo relacionado”, próximo à notícia falsa, que é também rebaixada pelo algoritmo de classificação da rede social. O usuário, ao tentar compartilhar o conteúdo, recebe um alerta de que o conteúdo foi contestado por agências de checagem e o encoraja a ler o novo artigo produzido.

Recentemente, aqui no Brasil, foi anunciado pela empresa que notícias falsas terão distribuição reduzida, além de impossibilitar que tais notícias sejam impulsionadas. Concomitantemente, haverá também ações sobre as páginas que compartilhem notícias falsas de maneira repetida, as quais terão seu alcance diminuído⁴².

Esse exemplo ilustra o quanto os algoritmos utilizados moldam o comportamento dos usuários e da sociedade, fornecendo incentivos e penalidades para determinadas condutas. Esse fenômeno, um dos efeitos da chamada algoritmocracia (governo dos algoritmos), é algo importante de ser observado. Muitas vezes se pensa que os algoritmos são neutros e completamente técnicos, o que pode ocultar diversos interesses, preconceitos e outros aspectos do desenvolvedor da solução.

GOOGLE

O Google tem também iniciativas para o combate a desinformação e a fake news. A ideia é que as notícias tenham um “selo de checagem de fatos” nos resultados nas buscas pelo site⁴³.

Ao ter esse selo, os usuários podem decidir se devem ou não consumir determinada notícia, permanecendo livre o acesso a informação,

⁴² Fonte: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/facebook-tera-programa-de-verificacao-de-noticias-no-brasil.ghtml> (acesso em 11/05/2018)

⁴³ Fonte: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/google-lanca-no-brasil-servico-de-checagem-de-noticias-falsas.ghtml> (acesso em 04/05/2018)



mesmo que haja um alerta sobre a possível falsidade do conteúdo. O Google também disponibilizou um elemento de dados estruturados em que páginas de checagem de fatos podem automaticamente notificar que determinada notícia foi verificada⁴⁴.

Esse tipo de abordagem aplica o conceito de “nudge”, na medida em que fornece informações aos usuários, mas não impede que eles tomem suas decisões utilizando seu discernimento e seu livre arbítrio.

O “nudge”, portanto, não obriga determinado comportamento, como acontece com soluções, por exemplo, que retiram conteúdo a internet, eliminando a possibilidade de consumo de tal material. Entretanto, esse tipo de técnica também induz a um comportamento considerado mais adequado. Por melhores que sejam as intenções, existe o risco de que a indução ocorra de acordo com algum interesse. Além disso, o “nudge” também sofre críticas por ser uma técnica considerada paternalista, já que considera que o usuário pode não ser capaz de tomar a decisão “correta” sem um incentivo externo.

EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO DIGITAL

Várias são as iniciativas voltadas para educação para consumo digital, as quais têm, portanto, foco nos usuários. A maioria das iniciativas se direciona às crianças, com o objetivo de que elas convivam melhor no ambiente virtual. Essa educação midiática envolve não somente a questão de fake news, mas também proteção dos dados pessoais, como evitar bullying e uma série de novas habilidades imprescindíveis no mundo conectado. Desta forma, apenas algumas iniciativas serão reportadas a título ilustrativo.

⁴⁴ Fonte: <https://developers.google.com/search/docs/data-types/factcheck> (acesso em 04/05/2018)



No que se refere a fake news, a Itália, por exemplo, lançou projeto piloto em escolas de ensino médio em que os alunos são ensinados a identificar endereços suspeitos e encorajados à verificação⁴⁵.

No Brasil também há iniciativas interessantes. Uma delas é de um professor na cidade de Ourinhos/SP que ministra curso voluntário para alunos do ensino médio. Nas aulas, as notícias são trazidas pelos alunos e na checagem pela turma são exercitadas capacidades de pensamento crítico e pesquisa científica⁴⁶.

Além de iniciativas pontuais, há estudos acadêmicos de como a educação deve inserir-se e fazer uso de recursos digitais. Citamos como exemplo o “Media Education Lab”, cuja representante já fez palestra na Câmara dos Deputados mostrando casos brasileiros e internacionais, bem como material que pode ser utilizado na educação digital⁴⁷.

FORMAS DE IDENTIFICAÇÃO DE FAKE NEWS

Para identificação de fake news, algumas dicas amplamente difundidas na internet podem ser utilizadas. Reproduzimos abaixo o material disponibilizado pela IFLA (International Federation of Library Associations and Institutions)⁴⁸:

⁴⁵ Fonte: <https://www.nytimes.com/2017/10/18/world/europe/italy-fake-news.html> (acesso em 24/04/2018)

⁴⁶ Fonte: <http://www.bbc.com/portuguese/brasil-43789480> (acesso em 24/04/2018)

⁴⁷ Transmissão do evento disponível em <http://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/webcamara/arquivos/videoArquivo?codSessao=72085> (acesso em 07/05/2018)

⁴⁸ Disponível em: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Como_identificar_not%C3%ADcias_falsas_\(How_To_Spot_Fake_News\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Como_identificar_not%C3%ADcias_falsas_(How_To_Spot_Fake_News).jpg) (acesso em 15/05/2018)



COMO IDENTIFICAR NOTÍCIAS FALSAS

 <p>CONSIDERE A FONTE Clique fora da história para investigar o site, sua missão e contato.</p>	 <p>LEIA MAIS Títulos chamam a atenção para obter cliques. Qual é a história completa?</p>
 <p>VERIFIQUE O AUTOR Faça uma breve pesquisa sobre o autor. Ele é confiável? Ele existe mesmo?</p>	 <p>FONTES DE APOIO? Clique nos links. Verifique se a informação oferece apoio à história.</p>
 <p>VERIFIQUE A DATA Repostar notícias antigas não significa que sejam relevantes atualmente.</p>	 <p>ISSO É UMA PIADA? Caso seja muito estranho, pode ser uma sátira. Pesquise sobre o site e o autor.</p>
 <p>É PRECONCEITO? Avalie se seus valores próprios e crenças podem afetar seu julgamento.</p>	 <p>CONSULTE ESPECIALISTAS Pergunte a um bibliotecário ou consulte um site de verificação gratuito.</p>

Tradução: Denise Cunha

IFLA
International Federation of Library Associations and Institutions
www.ifla.org

CD/22239.71019-00

Ademais, reproduzimos também o material disponibilizado pela especialista Renee Hobbs na já mencionada palestra na Câmara dos Deputados:



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *

ExEdit



CD/22239.71019-00

PROJETOS DE LEI

Um tema que se torna tão relevante para a sociedade reverbera também na apresentação de projetos de lei. Abaixo listamos alguns projetos que versam sobre a questão na Câmara dos Deputados:

Proposições	Autor	Ementa
PL 6812/2017	Luiz Carlos Haully - PSDB/PR	Dispõe sobre a tipificação criminal da divulgação ou compartilhamento de informação falsa ou incompleta na rede mundial de computadores e dá outras providências.
PL 7604/2017	Luiz Carlos Haully - PSDB/PR	Dispõe sobre a aplicação de multa pela divulgação de informações falsas pela rede social e dá outras providências. Explicação: responsabilização dos provedores de conteúdo e obrigação de criação de filtros e ferramentas para restrição de informações falsas.
PL 9647/2018	Heuler Cruvinel - PSD/GO	Dispõem sobre alteração na Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Explicação: responsabilização do provedor de conteúdo e de conexão por danos causados por notícias e perfis falsos.
PL 8592/2017	Jorge Côrte Real - PTB/PE	Altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal, para tipificar a divulgação de informação falsa ou prejudicialmente incompleta. Explicação: criação do crime de divulgação de informação falsa.
PL 9554/2018	Pompeo de Mattos -	Acrescenta artigo ao Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal, para tipificar o crime de divulgação de informação falsa -

* CD 22239.71019-00 *
#xEdit



	PDT/RS	fakenews.
PL 9533/2018	Francisco Floriano - DEM/RJ	Altera a Lei nº 7.170, de 14 de dezembro de 1983, que define os crimes contra a segurança nacional, a ordem política e social, estabelece seu processo e julgamento e dá outras providências, para dispor sobre o incitamento através das redes sociais.
PL 9761/2018	Celso Russomanno - PRB/SP	Tipifica criminalmente a conduta de quem cria, veicula, compartilha, ou não remove, em meios eletrônicos, notícias ou informações que sabe ser falsas.
PL 9838/2018	Arthur Oliveira Maia - PPS/BA	Tipifica criminalmente a conduta de quem oferece, publica, distribui, difunde notícia ou informação que sabe ser falsa em meios eletrônicos ou impressos.
PL 9884/2018	Fábio Trad - PSD/MS	Altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal, para tipificar a divulgação de informação falsa.
PL 9931/2018	Erika Kokay - PT/DF	Tipifica o crime de divulgação de notícias ou informações falsas.
PL 9532/2018	Francisco Floriano - DEM/RJ	Altera a Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965, que institui o Código Eleitoral, para dispor sobre as fake news e dá outras providências.
PL 9626/2018	Carlos Sampaio - PSDB/SP	Altera os artigos 323, 324, 325, 326 e 327 e acrescenta o artigo 356-A à Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral, bem como altera os §§ 1.º e 2.º do artigo 57-H da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 - Lei das Eleições e acrescenta § 3.º ao mesmo dispositivo legal, para agravar as penas dos crimes eleitorais praticados por meio de veículos de comunicação.
PL 9973/2018	Fábio Trad - PSD/MS	Altera a Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral) e a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 para tipificar a divulgação de fatos sabidamente inverídicos no ano eleitoral e dá outras providências.
PL 2630/2020	Senado Federal - Alessandro Vieira	Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet.

Os projetos nº 6812/2017 e nº 9532/2018 agregam a maioria dos projetos. O primeiro trata das questões de fake news de maneira geral e o segundo daqueles que envolvem processos eleitorais, o qual, por sua vez, está apensado a outro mais amplo que trata de alterações no código eleitoral.

No Senado, foi encontrado um projeto sobre o assunto:

Proposição	Autor	Ementa
PLS 473/2017	Senador Ciro Nogueira (PP/PI)	Altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 –



		Código Penal, para tipificar o crime de divulgação de notícia falsa.
--	--	--

Há também outros projetos correlatos, como aqueles que buscam coibir perfis falsos na internet ou que proíbem o uso de “robôs” com o objetivo de influenciar no debate político. Entretanto, a fim de nos atermos ao tema principal deste estudo, esses projetos não foram incluídos.

INICIATIVAS LEGISLATIVAS INTERNACIONAIS

O tema de fake news não é exclusivo do Brasil. Vários países têm demonstrado preocupações com o tema, em especial com suas consequências político-eleitorais. Apesar das preocupações, nem todos os países partiram para soluções legislativas, mas fizeram uso de outros tipos de ações, algumas delas reportadas também neste capítulo. No que se refere à opção legislativa, abaixo é feito um resumo de algumas dessas iniciativas sem a pretensão de ser exaustivo.

ALEMANHA

Na Alemanha, a abordagem teve como objetivo reforçar o cumprimento de dispositivos legais nas redes sociais. A nova lei (Network



Enforcement Act, Netzwerkdurchsetzungsgesetz)⁴⁹, que está em vigor desde 1º de outubro de 2017, teve, segundo informações do governo alemão, como objetivo criar sistema efetivo de gerenciamento de reclamações nas redes sociais, impondo a esses provedores as seguintes obrigações:

- Oferecer aos usuários de um procedimento facilmente reconhecível, acessível diretamente e permanentemente disponível para relatar conteúdo criminalmente punível.
- Receber imediatamente relatos dos usuários e examinar se esse conteúdo pode violar a lei criminal.
- Retirar ou bloquear o acesso a conteúdo manifestamente ilegal dentro de 24 horas após receber uma reclamação. Outros conteúdos criminais devem geralmente ser retirados ou bloqueados no prazo de 7 dias após o recebimento da reclamação. Alternativamente, as redes sociais podem encaminhar o conteúdo em questão para uma "instituição reconhecida de autorregulação", no entendimento de que aceitarão a decisão daquela instituição. A instituição deve então também decidir se o conteúdo é ilegal dentro de 7 dias.

⁴⁹ Esclarecimento em inglês sobre a lei (Acesso em 23/04/2018):

http://www.bmju.de/DE/Themen/FokusThemen/NetzDG/NetzDG_EN_node.html

Texto da Lei em inglês (Acesso em 23/04/2018):

http://www.bmju.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/NetzDG_engl.pdf?__blob=publicationFile&v=2

Texto da lei em alemão (Acesso em 23/04/2018):

http://www.bmju.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/BGBl_NetzDG.pdf;jsessionid=298F62CB016563BF16F61F3AA0701AE0.1_cid334?__blob=publicationFile&v=2



- Informar os usuários de todas as decisões tomadas em resposta às suas reclamações e fornecer justificativa.
- Publicar relatórios informando sobre reclamações relacionadas a conteúdo ilegal.
- Nomear e dar publicidade de representante autorizado a receber notificações de multas regulatórias e de processos civis.

Um aspecto interessante é o que a lei trata como conteúdo ilegal. Para as finalidades da lei, são considerados ilegais conteúdos que preenchem os requisitos de ofensas previstas em determinadas seções do Código Penal Alemão, quais sejam, em tradução livre:

- Seção 86 Divulgação de material de propaganda de organizações inconstitucionais;
- Seção 86a Uso de símbolos de organizações inconstitucionais;
- Seção 89a Preparação de uma grave ofensa violenta colocando em risco o Estado;
- Seção 91 Encorajar o cometimento de grave ofensa violenta colocando em risco o Estado;
- Seção 100a Falsificação relacionada à traição do Estado;
- Seção 111 Incitação pública ao crime;
- Seção 126 Violação da paz pública por ameaça ao cometimento de ofensas;
- Seção 129 Formação de organizações criminosas;
- Seção 129a Formação de organizações terroristas;



- Seção 129b Organizações criminosas e terroristas no exterior; aumento do confisco e privação;
- Seção 130 Incitação ao ódio;
- Seção 131 Disseminação de representações de violência;
- Seção 140 Recompensar e aprovar ofensas;
- Seção 166 Difamação de religiões, associações religiosas e ideológicas;
- Seção 184b Distribuição, aquisição e posse de pornografia infantil em conexão com a seção 184d Distribuição de peças pornográficas por radiodifusão, serviços de comunicação ou serviços de telecomunicações;
- Seção 185 Insulto;
- Seção 186 Difamação;
- Seção 187 Difamação Intencional;
- Seção 241 Ameaçar o cometimento de um crime;
- Seção 269 Falsificação de dados destinados a fornecer prova;

Apesar de a lei não tratar especificamente de fake news, as perguntas e respostas do governo alemão⁵⁰ sobre a questão esclarecem que as fake news são tratadas pela lei na medida em que podem constituir elementos de ofensa criminal, como insulto, difamação ou “fofoca maliciosa” (*malicious gossip*), que são cobertas pela nova lei.

50

http://www.bmjv.de/SharedDocs/FAQ/EN/NetzDG/NetzDG.html;jsessionid=6AC7FE53669A50C4FEE94984A560681C.1_cid334 (acesso em 23/04/2018)



Um aspecto bastante distinto da lei alemã em relação ao cenário brasileiro é a previsão de existência de uma entidade de autorregulação que se pronunciará sobre a ofensa do conteúdo à lei. No caso brasileiro, não existe essa entidade autorregulada e quem exerce esse papel é o Poder Judiciário.

MALÁSIA

Um dos países que adotaram uma legislação sobre fake news foi a Malásia. A lei tem o objetivo de prevenir a disseminação de notícias falsas, uma vez que os mecanismos tradicionais de prevenção e punição não estavam sendo efetivos, conforme explica a ministra malaia Azalina Othman Said⁵¹:

“The laws often cited in this matter, such as the Penal Code, Printing Presses and Publications Act 1984 and the Communications and Multimedia Act 1998, had been enacted in the 1990s or earlier and are unable to address the complex nature of the offences in line with the advancement of current technology,”

Uma das dificuldades para uma lei que trata desse assunto é a definição de fake news e, nesse caso, a definição adotada foi a seguinte⁵²:

“any news, information, data and reports which is, or are, wholly or partly false whether in the form of features, visuals or audio recordings or in any other form capable of suggesting words or ideas.”

Como pode-se perceber, a definição é bastante ampla, o que pode dar ao governo discricionariedade na declaração do que é ou não

⁵¹ Fonte: <http://www.thesundaily.my/news/2018/04/03/dewan-negara-passes-anti-fake-news-bill-2018> (acesso em 14/05/2018)

⁵² Fonte: <http://www.thesundaily.my/news/2018/04/03/dewan-negara-passes-anti-fake-news-bill-2018> (acesso em 14/05/2018)



fake news. Com uma definição tão genérica, não fica claro, por exemplo, se sátiras serão consideradas fake news, ou se as notícias produzidas pelo próprio governo estão sujeitas ao mesmo crivo.

A extraterritorialidade da lei é outra preocupação. Segundo relatos da imprensa internacional, ações penais contra jornalistas ou produtores de conteúdo podem atingir não somente cidadãos malaios ou pessoas que estejam em serviço na Malásia, mas também aqueles que sejam estrangeiros e estejam em outros países⁵³. Por essas razões, a lei sobre fake news na Malásia é vista como mais um golpe à liberdade de imprensa e à liberdade de expressão naquele país.

Apesar de muitas críticas, a lei foi aprovada prevendo penalidades que chegam a seis anos de prisão, além de multa de cerca de R\$ 450 mil reais àqueles que criam ou espalham notícias falsas⁵⁴. As críticas e preocupações se devem, em especial, pelo fato de 2018 ser um ano eleitoral na Malásia e de que o país está na 145ª posição no ranking de liberdade de expressão, de um total de 180 países avaliados⁵⁵, perdendo uma posição em relação a 2017⁵⁶.

OUTROS PAÍSES

⁵³ Fonte: <https://edition.cnn.com/2018/03/30/asia/malaysia-anti-fake-news-bill-intl/index.html> (acesso em 14/05/2018)

⁵⁴ Conversão feita em 14/05/2018 pelo site <https://pt.exchange-rates.org/converter/MYR/BRL/500000>

⁵⁵ Fonte: <https://rsf.org/en/malaysia> (acesso em 14/05/2018)

⁵⁶ A título ilustrativo, o Brasil é o 102º nesse mesmo ranking.



Como o tema de fake news é recente, destacamos algumas alternativas em discussão em alguns países⁵⁷.

França⁵⁸: o intuito seria aumentar a transparência das plataformas de internet para conteúdo patrocinado, deixando claro à sociedade a identidade de quem faz uso propagandístico das plataformas. Também seria criado um procedimento rápido para retirada e bloqueio de conteúdo via mandado judicial. Além disso, seria dado poder à autoridade de radiodifusão independente para suspender a licença de organizações de mídia influenciadas por estrangeiros.

Filipinas⁵⁹: ao menos três propostas de lei foram protocoladas por senadores e deputados filipinos entre 2017 e 2018. As propostas têm as seguintes questões principais: proibir a criação e a distribuição de fake news, definição de fake news como notícias com intenção maliciosa ou que espalham caos, pânico e violência, ou que espalham propaganda com o objetivo de colocar em descrédito a reputação de alguém; preocupação especial com a publicação de notícias falsas por oficiais públicos.

⁵⁷ Fonte: <https://www.malaymail.com/s/1607547/not-just-in-malaysia-proposed-fake-news-laws-around-the-world> (acesso em 14/05/2018)

⁵⁸ Fontes:

<https://www.reuters.com/article/us-france-macron/macron-plans-law-to-fight-fake-news-in-2018-idUSKBN1ES1U> (acesso em 14/05/2018)

<https://www.bloomberg.com/view/articles/2018-02-14/fake-news-france-s-proposed-law-won-t-work> (acesso em 14/05/2018)

⁵⁹ Fonte: <https://www.malaymail.com/s/1607547/not-just-in-malaysia-proposed-fake-news-laws-around-the-world> (acesso em 14/05/2018)



Indonésia⁶⁰: Apesar de não ter uma nova lei sobre o tema, a Indonésia inaugurou uma nova agência de cibersegurança para combater o extremismo religioso e as fake news nas mídias sociais.

Cingapura: O governo de Cingapura também demonstrou intenções de aprovar uma lei sobre fake news no país⁶¹. Entretanto, a proposta foi combatida em audiências públicas e o próprio governo publicou um estudo sobre os efeitos e desafios de uma possível lei⁶², bem como foi feito um comitê legislativo para deliberar se era necessário ter leis para combater as notícias falsas⁶³.

REDE DE PERFIS INAUTÊNTICOS DERRUBADOS PELO FACEBOOK

Em 08 de julho de 2020, o Facebook anunciou a derrubada de uma rede de contas, páginas e grupos com comportamento inautêntico na rede. Boa parte desses canais difundia notícias falsas, ataques a instituições, teorias da conspiração contra o processo eleitoral e outros tipos de conteúdos que atentam contra a democracia brasileira. A ação coordenada entre eles gerava um falso engajamento, com compartilhamentos mútuos destinados a inflar artificialmente a visibilidade das postagens. Todos esses canais inautênticos tinham uma grande ligação com o presidente Jair Bolsonaro e com seus apoiadores, tanto no meio político quanto na sociedade

⁶⁰ Fonte: <http://www.scmp.com/week-asia/geopolitics/article/2132683/can-indonesias-new-cybercrime-unit-win-its-war-fake-news> (acesso em 14/05/2018)

⁶¹ Fonte: <https://www.todayonline.com/singapore/new-laws-tackle-fake-news-be-introduced-next-year-shanmugam> (acesso em 14/05/2018)

⁶² Fonte: <https://www.mlaw.gov.sg/content/dam/minlaw/corp/News/Annexe%20A%20-%20Green%20Paper%20on%20Deliberate%20Online%20Falsehoods.pdf> (acesso em 14/05/2018)

⁶³ Fonte: <https://www.straitstimes.com/politics/select-committee-proposed-to-look-into-fake-news-threat> (acesso em 14/05/2018)



civil. A investigação foi conduzida pelo próprio Facebook e pelo Digital Forensic Research Lab (DFRLab) - laboratório da entidade Atlantic Council responsável por elaborar estudos e pesquisas sobre a desinformação, por expor notícias falsas e outros tipos de desinformação e por documentar casos de desrespeito aos direitos humanos na rede.

De acordo com o DFRLab, o comportamento inautêntico coordenado se caracteriza pelo uso de múltiplos canais no Facebook e no Instagram, de modo contrário às diretrizes das comunidades, com atividade conjunta para enganar as pessoas nessas redes acerca:

- da identidade, do propósito ou da origem da entidade representada;
- da popularidade desses canais no Facebook ou no Instagram;
- do propósito de uma comunidade;
- da fonte ou origem do conteúdo.

Além disso, a DFRLab ressalta que o uso de contas falsas é central nas operações de comportamento inautêntico coordenado.

Adicionalmente, em comunicado, o Facebook observou que vários nós da rede inautêntica derrubada tinham conexão com funcionários dos gabinetes de dois filhos do presidente, o deputado Eduardo Bolsonaro e o senador Flávio Bolsonaro, e com os deputados estaduais pelo Rio de Janeiro Alana Passos e Anderson Moraes⁶⁴. O DFRLab, além disso, encontrou ao menos um membro ligado à rede de perfis inautênticos ligado ao vereador Carlos Bolsonaro, do Rio de Janeiro, e um funcionário do gabinete do deputado estadual por São Paulo, Coronel Nishikawa. No total, todos os perfis, canais e comunidades removidos tinham uma audiência total composta por mais de 2 milhões de seguidores.

⁶⁴ Disponível em: <https://about.fb.com/news/2020/07/removing-political-coordinated-inauthentic-behavior/>. Acesso em 20 de maio de 2022.



Importante ressaltar que boa parte das informações que serviram como ponto inicial para as investigações levadas a cabo pelo DFRLab tem como origem os trabalhos da CPMI das fake news. Em seu relatório, a entidade cita diversas vezes dados e documentos revelados pela CPMI (no original em inglês citada como “congressional inquiry” que foram utilizados ao longo do minucioso trabalho elaborado pela entidade - incluindo revelações relacionadas ao gabinete do ódio (citado como “Hatred Cabinet” no original em inglês).

Os dados do Facebook mostram que um total de 87 canais - 33 contas, 14 páginas e 1 grupo do Facebook, além de 38 contas do Instagram, agiam de maneira coordenada em comportamento inautêntico, operando um esquema utilizado para iludir de maneira sistemática seus seguidores. Cerca de 883 mil contas seguiam uma ou mais dessas páginas, cerca de 350 contas eram integrantes do grupo e outras cerca de 918 mil pessoas seguiam uma ou mais dessas contas.

Chama a atenção, ainda, a utilização de parte dessa rede de comportamento inautêntico para contaminar o processo eleitoral nas eleições de 2018. Diversas das contas derrubadas foram criadas anteriormente àquelas eleições e atuaram para promover o então candidato Jair Bolsonaro e para atacar seus oponentes durante a campanha, muitas vezes utilizando canais de internet hiperpartidários. O DFRLab enalteceu, em seu estudo, que esse comportamento é consistente com o *modus operandi* do chamado “Gabinete do Ódio”, que foi por várias vezes denunciado ao longo dos trabalhos da CPMI. Uma vez eleito o presidente Jair Bolsonaro, muitos desses canais integrantes do Gabinete do Ódio passaram a atacar as instituições brasileiras, especialmente o Congresso Nacional, o Supremo Tribunal Federal e alguns dos seus membros.

Parte da estratégia de contaminação do processo eleitoral se deu por meio da amplificação de sítios de internet com conteúdo hiperpartidário. A maior parte desses sítios era composta por publicações com



já algum tempo de atuação e conhecidas no meio político extremista brasileiro - incluindo algumas páginas monetizadas por meio do Google Ads que receberam anúncios institucionais do Governo brasileiro, como veremos adiante. A exceção era o sítio “Jogo Político”, que iniciou suas publicações em 23 de abril de 2020 e que teve perfil de Facebook criado no dia 17 de abril do mesmo ano.

O relatório da DFRLab é bastante preciso e minucioso, tendo sido capaz de recriar em detalhes a rede de canais de comportamento inautêntico, de observar suas estruturas de propriedade, e de escrutinar os padrões de compartilhamento de seguidores e de curtidas de conteúdos. O documento mostra que tais canais pertenciam a diversos conjuntos, que a entidade dividiu por cidades nas quais seus titulares operavam. A análise forense da entidade foi capaz de identificar que os operadores da rede atuavam a partir de Brasília, Rio de Janeiro e São Bernardo do Campo. O maior grupo operava no Rio de Janeiro, em conexão com os deputados estaduais Alana Passos e Anderson Moraes. Cada conjunto tinha uma estratégia distinta: enquanto os grupos do Rio de Janeiro e de São Bernardo faziam intenso uso de contas falsas e/ou duplicadas, o grupo de Brasília era composto por poucas contas falsas. Além disso, no Rio de Janeiro e em São Bernardo havia uso intenso de publicações de internet externas hiperpartidárias, algo não observado no grupo de Brasília.

Houve, ainda, a identificação de diversos desses operadores, quais sejam:

- Vanessa Navarro, então funcionária do gabinete do deputado estadual Anderson Moraes;
- Leonardo Rodrigues de Barros Neto, criador do perfil “Bolsonéas”, então ex-funcionário do gabinete da deputada estadual Alana Passos;
- Jonathan Willian Benetti, então funcionário do gabinete do deputado estadual Coronel Nishikawa;



- Paulo Eduardo Lopes (vulgo Paulo Chuchu), então funcionário do gabinete do deputado federal Eduardo Bolsonaro;
- Tercio Arnaud Tomaz, atualmente assessor especial da Presidência da República e ex-funcionário do gabinete do vereador Carlos Bolsonaro.

Chama bastante atenção o fato de Tercio Arnaud Tomaz, que ocupa um cargo comissionado da Presidência da República, ter sido apontado pelo DFRLab como o operador da página “Bolsonaro Opressor 2.0”, que contava com algo em torno de um milhão de seguidores antes de sair do ar, e do perfil de Instagram @bolsonaronewss, que tinha mais de 492 mil seguidores e mais de 11 mil posts. O conteúdo de ambos os canais era composto, em grande parte, de conteúdo desinformativo, incluindo falsas afirmações acerca da pandemia da Covid-19. E, como demonstram os relatórios do DFRLab, várias das publicações desses canais ocorreram durante o horário de expediente, um indicativo de que Tercio Arnaud Tomaz pode ter os alimentado com conteúdo desinformativo durante seu horário de trabalho na Presidência da República.

Segundo dados do Portal da Transparência, Tercio Arnaud ingressou no serviço público em 04 de janeiro de 2019, ocupa o DAS 102.5 (assessor especial), recebendo em maio uma remuneração bruta de R\$ 13.623,39. Além disso, até ao menos 10 de março de 2022, ocupou apartamento funcional de 3 quartos e área de 158m² localizado na Asa Sul, área nobre de Brasília, cujo aluguel é anunciado atualmente por em média R\$ 5.500,00.

As derrubadas de redes inautênticas levadas a cabo pelo Facebook em julho de 2020 atingiram não apenas canais no Brasil, mas também no Equador, no Canadá, na Ucrânia e nos Estados Unidos. A empresa ressaltou que, ao investigar e remover essas operações, o foco foi mais no comportamento do que no conteúdo, em busca de utilizações contrárias aos



termos de uso da plataforma. Especificamente no Brasil, o Facebook ressaltou ter encontrado diversas redes de atividades conectadas que se baseavam em uma combinação de contas falsas e/ou duplicadas, que se utilizavam de diversos subterfúgios para fugir das ferramentas de monitoramento da plataforma, para criar personagens fictícios que se passavam por repórteres ou até mesmo utilizando falsos indicadores de órgãos de mídia.

Ainda que salutar, chama a atenção a lentidão do Facebook em atuar na derrubada dos diversos perfis alvos da sua ação em julho de 2020. Tanto no estudo do DFRLab quanto no comunicado divulgado pelo Facebook, há diversas citações a informações que já haviam sido reveladas ao longo dos trabalhos da CPMI das Fake News, especialmente acerca de diversos dos canais que terminaram por ser derrubados. Em um trecho do comunicado do Facebook, por exemplo, é dito o seguinte:

*“Encontramos essa atividade ao longo da nossa investigação sobre suspeita de comportamento inautêntico coordenado no Brasil, relatado pela imprensa e referenciado em recente **depoimento no Congresso brasileiro**. Embora as pessoas por trás dessa atividade tenham tentado esconder suas identidades e seu comportamento coordenado, nossa investigação encontrou ligações com indivíduos associados ao Partido Social Liberal e a alguns dos funcionários dos gabinetes de Anderson Moraes, Alana Passos, Eduardo Bolsonaro, Flavio Bolsonaro e Jair Bolsonaro”⁶⁵*

Ainda que cite apenas um “depoimento no Congresso brasileiro”, na verdade em diversas oportunidades depoentes da CPMI das

⁶⁵ No original em inglês: “We found this activity as part of our investigation into suspected coordinated inauthentic behavior in Brazil reported on by press and referenced in recent congressional testimony in Brazil. Although the people behind this activity attempted to conceal their identities and coordination, our investigation found links to individuals associated with the Social Liberal Party and some of the employees of the offices of Anderson Moraes, Alana Passos, Eduardo Bolsonaro, Flavio Bolsonaro and Jair Bolsonaro.”



Fake News já haviam denunciado diversos dos atores que estavam entre os protagonistas da rede de comportamento inautêntico denunciada pelo Facebook. Em depoimento prestado em 30 de outubro de 2019, por exemplo, o deputado Alexandre Frota já havia denunciado diversos dos canais integrantes da lista de canais derrubados, tendo dado inclusive informações sobre os verdadeiros operadores desses canais - informações que terminaram por se confirmar verdadeiras pelo Facebook e pelo DFRLab. Em 4 de dezembro de 2019, foi a vez da depoente deputada Joice Hasselmann denunciar “milícia” e “gabinete do ódio” na disseminação de fake news e na execução de assédio no ambiente digital, mais uma vez apontando diversos dos atores que terminariam por ser incriminados na ação posta em prática pelo Facebook.

Com depoimentos precisos e baseados em ampla evidência documental, ambos os depoentes deixaram claro que, no que concerne ao referido “gabinete do ódio”, existia uma muito bem articulada organização composta por há três núcleos: o operacional, que conta com assessores de deputados estaduais e federais; o distribuidor, que envolve sites e blogs; e o núcleo econômico - este último ainda com poucas informações reveladas, mas com muitos indícios da participação de proeminentes empresários, como veremos ao longo deste relatório. Contudo, apenas muitos meses depois as informações reveladas pela CPMI das Fake News redundaram em uma ação de fato do Facebook. A plataforma foi lenta em processar e comprovar as informações que já haviam sido exibidas, de maneira contundente, ao longo do trabalho do colegiado. Tal demora redundou na manutenção em atividade de diversos canais propagadores de desinformação, que seguiram impunes em seus ataques às minorias, à oposição, ao Congresso Nacional, ao Supremo Tribunal Federal e, em última instância, à própria democracia brasileira. Ainda mais grave: como ressalta o relatório do DFRLab, vários dos canais e atores denunciados pela CPMI das Fake News agiram, durante o início de 2020, na propagação de informações falsas acerca da Covid-19, reforçando assim a desinformação de milhões de brasileiros acerca da pandemia e, potencialmente, contribuindo para a morte de algumas



delas, que integram o triste quadro de mais de 670 mil mortes causadas pela Covid-19 em nosso País. Algum tempo depois, a CPI da Pandemia realizada no Senado Federal - mais popularmente conhecida como CPI da Covid - mostrou de maneira contundente o papel desempenhado por canais de fake news na ampliação de discursos negacionistas acerca da doença, ocasionando de maneira direta um agravamento da pandemia em nosso País. Mais à frente, neste relatório, detalhamos a rica parceria efetuada entre a CPMI das Fake News e a CPI da Pandemia sobre esse tema.



CD/22239.71019-00

ANÚNCIOS DO GOVERNO FEDERAL E DA ELETROBRÁS CONTRATADOS POR MEIO DA PLATAFORMA GOOGLE ADS

PRECEDENTES – O CASO DA SECOM

Introdução

A utilização do Google Ads como meio para a veiculação de publicidade governamental pela antiga Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), incorporada ao Ministério das Comunicações por força da Medida Provisória nº 980, de 10 de junho de 2020, teve início apenas recentemente. Embora empresas estatais já utilizassem essa ferramenta há alguns anos, as primeiras campanhas por meio do Google Ads veiculadas pela SECOM datam do primeiro semestre de 2019.

De acordo com dados obtidos por meio do sistema de informações sobre os pagamentos efetuados às empresas com contratos



firmados com a SECOM⁶⁶, a Google Brasil Internet Ltda. foi fornecedora de mídia no âmbito de contratos firmados entre a SECOM e as agências de publicidade Artplan Comunicação S/A. e Calia Y2 Propaganda e Marketing, para divulgação de publicidade nos temas “Nova Previdência – continuidade”, “Nova Previdência – Fase 3”, “Censo Experimental 2019”, “Nova Previdência – Fase 3 – PÓS PRORROGAÇÃO CONTRATUAL II”, “Pátria Voluntária – novo empenho”, “Ação de Oportunidade – Dia da Amazônia”, SEGURANÇA PÚBLICA – Medidas anticrime II – Pós-prorrogação contratual”, “Enfrentamento à Violência Contra a Mulher – 2019”, Censo Experimental 2019”, Brasil no exterior II – Pós-prorrogação contratual”, “Enfrentamento à Violência Contra a Mulher – 2019” e “Conferência Nacional da Juventude”.

A Tabela 1 traz informações sobre todos os pagamentos feitos ao fornecedor Google Brasil Internet Ltda. no período de 1º de janeiro de 2019 a 05 de agosto de 2020, que perfazem o total bruto de R\$ 10.717.104,90 (R\$ 4.677.119,73 pagos em 2019 e R\$ 6.039.985,12 pagos entre 1º de janeiro e 05 de agosto de 2020).

Tabela 1: Pagamentos efetuados pela SECOM à fornecedora Google Brasil Internet Ltda. entre 1º de janeiro de 2019 e 05 de agosto de 2020.

Agência contratada	Tema	Valor fornecedor	bruto	Data do pagamento
CALIA Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA	Conferência Nacional de Juventude	R\$ 26.881,86		09/06/2020
CALIA Y2 PROPAGANDA	Conferência Nacional de	R\$ 26.411,16		09/06/2020

⁶⁶ Disponível em <https://sistema2.planalto.gov.br/gestaosecom/liquidacao/pagamento/ordem-cronologica/>. Consulta realizada em 05 de agosto de 2020.



E MARKETING LTDA	Juventude			
ARTPLAN	Enfrentamento à Violência			
COMUNICAÇÃO S/A	Contra a Mulher - 2019	R\$ 1.018.416,91	01/06/2020	
ARTPLAN	Enfrentamento à Violência			
COMUNICAÇÃO S/A	Contra a Mulher - 2019	R\$ 587.920,27	01/06/2020	
ARTPLAN	Enfrentamento à Violência			
COMUNICAÇÃO S/A	Contra a Mulher - 2019	R\$ 399.946,04	01/06/2020	
CALIA Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA	Brasil no exterior II - Pós- prorrogação contratual	R\$ 1.385.673,22	01/06/2020	
ARTPLAN	SEGURANÇA PÚBLICA - Medidas anticrime II - Pós- prorrogação contratual	R\$ 71.663,31	21/05/2020	
COMUNICAÇÃO S/A				
CALIA Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA	Brasil no exterior II - Pós- prorrogação contratual	R\$ 213.251,29	21/05/2020	
CALIA Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA	Brasil no exterior II - Pós- prorrogação contratual	R\$ 235.170,53	19/05/2020	
CALIA Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA	Censo Experimental 2019	R\$ 18.713,73	14/05/2020	
ARTPLAN	Enfrentamento à Violência			
COMUNICAÇÃO S/A	Contra a Mulher - 2019	R\$ 78.824,41	14/04/2020	
ARTPLAN	SEGURANÇA PÚBLICA - Medidas anticrime II - Pós- prorrogação contratual	R\$ 103.504,03	14/04/2020	
COMUNICAÇÃO S/A				
CALIA Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA	Ação de oportunidade - Dia da Amazônia	R\$ 121.154,00	02/04/2020	
ARTPLAN	Nova Previdência - Fase 3 - PÓS PRORROGAÇÃO CONTRATUAL II	R\$ 178.585,96	31/03/2020	
COMUNICAÇÃO S/A				
ARTPLAN	Nova Previdência - Fase 3 - PÓS PRORROGAÇÃO	R\$ 83.962,13	31/03/2020	



COMUNICAÇÃO S/A	CONTRATUAL II		
ARTPLAN	Nova Previdência - Fase 3 - PÓS PRORROGAÇÃO		
COMUNICAÇÃO S/A	CONTRATUAL II	R\$ 182.267,89	31/03/2020
ARTPLAN	Nova Previdência - Fase 3 - PÓS PRORROGAÇÃO		
COMUNICAÇÃO S/A	CONTRATUAL II	R\$ 152.873,54	31/03/2020
ARTPLAN	Pátria Voluntária - novo empenho		
COMUNICAÇÃO S/A		R\$ 297.934,79	23/03/2020
ARTPLAN	Pátria Voluntária - novo empenho		
COMUNICAÇÃO S/A		R\$ 123.803,16	23/03/2020
ARTPLAN	Nova Previdência - Fase 3 - PÓS PRORROGAÇÃO		
COMUNICAÇÃO S/A	CONTRATUAL II	R\$ 392.937,16	23/03/2020
ARTPLAN	Nova Previdência - Fase 3 - PÓS PRORROGAÇÃO		
COMUNICAÇÃO S/A	CONTRATUAL II	R\$ 325.405,42	23/03/2020
CALIA Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA	Censo Experimental 2019	R\$ 14.684,31	05/03/2020
ARTPLAN	Nova Previdência - Fase 3		
COMUNICAÇÃO S/A		R\$ 250.000,00	18/11/2019
ARTPLAN	Nova Previdência - Fase 3		
COMUNICAÇÃO S/A		R\$ 718.566,44	18/11/2019
ARTPLAN	Nova Previdência - continuidade		
COMUNICAÇÃO S/A		R\$ 2.522.834,53	03/10/2019
ARTPLAN	Nova Previdência - continuidade		
COMUNICAÇÃO S/A		R\$ 885.783,72	05/09/2019
ARTPLAN	Nova Previdência - continuidade		
COMUNICAÇÃO S/A		R\$ 299.935,04	05/09/2019



Em 11 de novembro de 2019, foram solicitados à Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), por meio do Sistema Eletrônico do Serviço de Informação ao Cidadão (e-SIC), relatório de canais nos quais os anúncios do Governo Federal contratados por meio da plataforma Google Ads foram exibidos, para o período de 1º de janeiro de 2019 a 10 de novembro de 2019. A solicitação foi registrada sob o protocolo 00077.003303/2019-17. O acesso a tais dados foi inicialmente negado, tanto em primeira quanto em segunda instância, sob a alegação de que o atendimento da demanda exigiria “trabalhos adicionais de análise, interpretação ou consolidação de dados e informações”. Eis a íntegra da manifestação da SECOM naquela ocasião:

“Prezado(a) cidadão(ã), Em atenção ao pedido de acesso à informação cadastrado sob o número 00077.003303/2019-17, esclarecemos que execução contratual desta Secretaria é realizada por meio de agências de publicidades contratadas de acordo com as orientações da Lei n.º 12.232 de 29/04/2010, das ações de publicidade realizadas por conta e ordem da Secom, portanto, sem acesso direto à plataforma Adwords do Google na forma solicitada. O levantamento e organização dos dados na forma requerida demandaria serviços adicionais com prejuízo à execução das atividades exercidas por esta Secretaria. Assim, segundo o Artigo 13 do Decreto nº 7.724/2012, não é possível atender à solicitação ora especificada, por exigir trabalhos adicionais de análise, interpretação ou consolidação de dados e informações.

Contudo, em 27 de fevereiro de 2020, a Controladoria-Geral da União (CGU), instada por recurso apresentado em 3ª instância, decidiu pelo conhecimento e provimento de tal recurso, determinando que a SECOM deveria disponibilizar, no prazo de 60 dias contados da notificação da decisão, “relatório de canais onde os anúncios do Governo Federal contratados por meio da plataforma Google Ads foram exibidos, para o período de

618



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



01/01/2019 a 10/11/2019”, consoante descrito no pedido inicial. A íntegra da decisão da CGU diz o seguinte:

“1. Trata-se de recurso apresentado à Controladoria-Geral da União - CGU em que o requerente solicitou, à Secretaria Especial de Comunicação Social – SECOM, o relatório de canais onde os anúncios do Governo Federal, contratados por meio da plataforma Google Adwords, foram exibidos no período correspondente de 01/01/2019 a 10/11/2019.

2. Em síntese, a recorrida indeferiu o pedido Inicial, esclarecendo que a execução contratual da Secretaria Especial de Comunicação Social é realizada por meio de agências de publicidades contratadas de acordo com as orientações da Lei no 12.232/2010, das ações de publicidade realizadas por conta e ordem da SECOM. Alegou que por tal razão não possui acesso direto à plataforma Adwords do Google, na forma demandada pelo cidadão.

3. Ressaltou, ainda, que o levantamento e organização dos dados na forma requerida demandariam serviços adicionais com prejuízo à execução das atividades exercidas pela Secretaria, nos termos do art. 13 do Decreto no 7.724/2012.

4. O requerente interpôs recursos de 1a e 2a instâncias para contrapor as argumentações apresentadas pela recorrida, cujas respostas foram ratificadas. Em recurso apresentado a esta CGU, o cidadão reiterou o pedido inicial e fundamentações anteriormente expostas.

5. Passando-se à análise do presente recurso, entendeu-se necessário encaminhar pedido de esclarecimentos à recorrida, mediante correspondência eletrônica, de modo a melhor entender a justificativa quanto à negativa de acesso das informações demandadas pelo cidadão, bem como quanto à aplicação do art. 13 do Decreto Regulamentador da LAI, visto que tal alegação não prescinde da demonstração da inviabilidade do atendimento à demanda.



6. Em resposta, a recorrida informou que o atendimento à solicitação na forma requerida, embora se refira a três unidades processuais, compreende a extração, consolidação e organização de mais de 1/2 milhão de registros de inserções nos ativos da Google no período indicado. Salientou que tal atividade exigirá horas de trabalho adicionais e concorrentes às atividades executadas pela Secretaria a fim de atender às competências regimentais previstas no Decreto no 9.980/2019.

7. Complementou que, atualmente, tramita como prioridade e em regime de urgência, a análise, orientação e acompanhamento de ações dos órgãos do SICOM (sistema que reúne os órgãos da administração federal direta e indireta com atividades de Comunicação Social), os quais destacam-se as campanhas desenvolvidas pelo Ministério da Saúde, tais como: a) campanhas de Vacinação contra o Sarampo; b) Prevenção ao Coronavírus; e c) Prevenção às Infecções Sexualmente Transmissíveis (IST), exigindo empenho do efetivo de servidores para deliberação tempestiva e em conformidade com as normas técnicas de publicidade e das boas práticas do mercado publicitário, com o intuito de eficiência da comunicação e da economicidade na aplicação dos recursos orçamentários.

8. Prosseguindo em sua argumentação, além da ação acima mencionada, ressaltou que está em desenvolvimento a campanha de Enfrentamento ao Assédio Sexual, em parceria com o Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos e do Ministério da Cidadania, tendo como oportunidade de comunicação, o período do Carnaval. Além de tais prioridades, listou as atividades sob responsabilidade da Diretoria de Mídia, a saber:

- “Atendimento às demandas de diversas áreas da Presidência República, inclusive toda parte relativa ao atendimento ao cidadão manifestadas por LAI, mensagens de canais próprios da PR, tais como, Fale com a Secom e Ouvidoria, além de demandas de órgãos de imprensa sobre as campanhas publicitárias e participações de veículos de comunicação;



- Suporte ao cumprimento das rotinas de competência da Secretaria de Gestão e Controle – SGC desta Secom, relativas às contratações, liquidações de despesas e suporte técnico para as orientações normativas prestadas ao Sicom e demais órgãos da administração federal;

- Suporte técnico para o processo de licitação para contratação de agências de publicidade, iniciada a partir da constituição da equipe de planejamento, Portaria Secom 02/2020, processo SEI 00170.00100/2020-36;

- Gestão dos contratos de publicidade, envolvendo processo de controle e gerenciamento de processos internos relativos ao planejamento e execução de campanhas publicitárias da Secom desenvolvidas e executadas pelas agências de publicidade contratadas;

- Gestão e controle do Cadastro de Veículos - Midiacad, sistema que reúne dados cadastrais e negociais de mais de 13 mil veículos de comunicação utilizados nas programações das campanhas do Sicom.”

9. Saliou que, atualmente, o Departamento de Mídia é composto por 07 (sete) servidores para execução das atividades citadas acima. Dessa forma, para prestar o atendimento ora requisitado, a recorrida estima um trabalho em torno de 40 (quarenta) horas, envolvendo extração, organização e análise de dados.

10. Assim, concluiu que o atendimento se demonstra inviável, considerando a indisponibilidade no quadro atual, sem comprometimento das atividades exercidas e sem prejuízo do cumprimento das funções regimentais atribuídas, para realizar o levantamento e organização do material a ser fornecido, entendendo que a presente solicitação é desproporcional, fundamentada no item II, art. 13 do Decreto no 7.724/2012.

11. Da análise das justificativas apresentadas, verificou-se que se tratam de informações públicas e existentes, sob as quais não recaem qualquer salvaguarda legal. Além disso, observou-se que o maior óbice para a entrega das informações ao cidadão seria o



tratamento e o conseqüente impacto deste nas atividades da Secretaria, pelo que a recorrida entendeu cabível a aplicação da exceção disposta do art. 13 do Decreto no 7724/2012.

12. Para atendimento do pedido em questão, de acordo com a recorrida, estimou-se necessário um trabalho em torno de 40 (quarenta) horas, para a extração, organização e análise de mais de 1/2 milhão de registros de inserções nos ativos da Google no período requisitado, afora as demais atividades prioritárias da recorrida, bem como ponderou a questão envolvendo o quantitativo de seu efetivo, sendo 07 (sete) servidores para execução das atividades citadas nos parágrafos 7 e 8 deste parecer.

13. Examinando os fatos argumentados, cumpre registrar que se a análise da desproporcionalidade recair somente para o quantitativo de registros e para o impacto negativo nas demais atividades desenvolvidas pela unidade, talvez pudesse ser caracterizada tal condição, como ressaltou a Secretaria.

14. Contudo, ao analisar a quantidade de horas que serão necessárias para organização da informação demandada, há que se destacar ser razoável e aceitável o quantitativo a ser despendido ao atendimento da demanda, a saber: 40 (quarenta) horas, visto entender que este não impactará substancialmente nas atividades da recorrida. Ademais, ao contrapor o direito de acesso à informação pública existente e a possível desproporcionalidade deste acesso, deve-se, neste caso, prevalecer a missão de promover o aperfeiçoamento e a transparência da gestão pública.

15. Nesse sentido, cumpre destacar que a Comissão Mista de Reavaliação de Informações, no julgamento do recurso no 99902.003996/2016-84, emitiu a Decisão no 185/2017/CRMI/SE/CC-PR , de 29/03/2017, em que concedeu provimento à recorrente por entender que 120 (cento e vinte) horas exclusivas para atendimento da demanda não configura desproporcionalidade.

16. Logo, não é possível acolher o argumento da desproporcionalidade do pedido. Entretanto, é admissível a concessão do prazo de 60 (sessenta) dias para cumprimento da



decisão, de modo a viabilizar a consolidação das informações a serem entregues.

17. Assim, não se identifica, no processo em análise, impossibilidade de ordem técnica ou fundamento legal que levem ao não atendimento do pedido. Portanto, resta configurado o direito do requerente de obter acesso ao “Relatório de canais onde os anúncios do Governo Federal contratados por meio da plataforma Google Adwords foram exibidos, para o período de 01/01/2019 a 10/11/2019”, consoante descrito no pedido inicial, com a devida observação ao artigo 7o, §2o da LAI, se for o caso.

Conclusão

18. De todo o exposto, opina-se pelo conhecimento do recurso e, no mérito, pelo provimento, para que seja franqueado ao cidadão as informações demandadas em seu pedido inicial, conforme art. 4o e art. 7o da Lei no 12.527/2011.”

Desse modo, para atendimento da decisão da CGU, a SECOM deveria fornecer, no mínimo, os dados referentes aos processos 00170.003066/2019-18 (dois pagamentos em 01/10/2019, notas fiscais 37000 e 37001) e 00170.003376/2019-32 (um pagamento em 14/10/2019, nota fiscal 38073), cujos anúncios por certo foram realizados no período compreendido no pedido de acesso a informações (1º de janeiro a 10 de novembro de 2019).

Em 17 de abril de 2020 – mais de cinco meses após a apresentação do pedido inicial – finalmente a SECOM apresentou documento por meio do qual, segundo o órgão, dava cumprimento à decisão proferida pela Controladoria-Geral da União. Deve-se ressaltar, contudo, que embora o pedido original solicitasse informações acerca dos anúncios veiculados por meio do programa Google Ads para o período de 1º de janeiro de 2019 a 10 de novembro do mesmo ano, os dados ofertados pela SECOM abrangem período muito mais curto, que vai apenas de 06 de junho a 13 de julho e de 11 a 21 de agosto de 2019.



Tais informações foram ofertadas em três arquivos distintos, que podem ser acessados por meio do sistema de Busca de Pedidos e Respostas ofertado pelo Governo Federal⁶⁷ e que são a seguir descritos:

- a) 1_Cópia de RESP_REC-3ª_INST_00077_003303_2019_17 - SECOM (1) NP-06 de junho a 13 de julho de 2019.xls. Arquivo de Excel com 17.282 kb de tamanho e 65.633 linhas de informação contando com, entre outros dados, URLs do canais em que houve impressão do anúncio, abrangendo o período de 06 de junho a 13 de julho de 2019.
- b) Cópia de RESP_REC_3ª_INST_00077_003303_2019_17 - SECOM (2) NP - 11 a 21 de agosto de 2019.xls. Arquivo de Excel com 17.298 kb de tamanho e 65.633 linhas de informação contando com, entre outros dados, URLs do canais em que houve impressão do anúncio, abrangendo o período de 06 de 11 a 21 de agosto de 2019.
- c) Cópia de RESP_REC_3a_INST_00077_003303_2019_17 - SECOM (3) NP - 31 de julho a 09 de agosto de 2019.xls. Arquivo de Excel com 50 kb de tamanho e 21 linhas de informação, cujo conteúdo NÃO conta com dados sobre URLs dos canais em que houve impressão do anúncio.

Do possível descumprimento, pela SECOM, de decisão da CGU

Em nosso entender a SECOM, a despeito da decisão proferida pela CGU, possivelmente não ofertou a totalidade das informações que deveriam ter sido entregues por força do que prevê a Lei de Acesso à Informação. Trata-se, em nossa análise, de descumprimento de decisão da CGU, o que deve demandar as devidas ações necessárias para, em primeiro lugar, se garantir o acesso dos cidadãos à integralidade das informações públicas e, em segundo lugar, averiguar as responsabilidades pelo eventual não cumprimento dos ditames legais estabelecidos na Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.

⁶⁷ A íntegra do processo 00170.003066/2019-18, bem como os documentos ofertados ao cidadão após a decisão da CGU em recurso de 3ª. instância, podem ser acessados por meio da URL <http://www.consultaesic.cgu.gov.br/busca/dados/Lists/Pedido/Item/displayifs.aspx?List=0c839f31%2D47d7%2D4485%2Dab65%2Dab0cee9cf8fe&ID=824047&Web=88cc5f44%2D8cfe%2D4964%2D8ff4%2D376b5ebb3bef>. Acesso em 27 de julho de 2020.



Tal entendimento pode ser constatado, em primeiro lugar, por meio da análise dos dados contidos no arquivo integrante do item “c” acima, cujos dados ofertados não são aqueles que foram demandados no pedido. O pedido inicial solicitava “relatório de canais onde os anúncios do Governo Federal contratados por meio da plataforma Google Ads foram exibidos, para o período de 01/01/2019 a 10/11/2019”. Tais informações são fielmente ofertadas apenas nos arquivos constantes dos itens “a” e “b” anteriores, para os períodos de 06 de junho a 13 de julho de 2019 e de 11 a 21 de agosto de 2019, respectivamente. Já no arquivo “c”, tais informações foram omitidas, o que explica o seu tamanho reduzido (50 kb) e o pequeno número de linhas de informação – apenas 21, contra 65.533 linhas de informação constantes dos arquivos “a” e “b”, que cumpriram, para os períodos específicos, as demandas de liberação de informação determinadas pela CGU em decisão de 3ª instância.

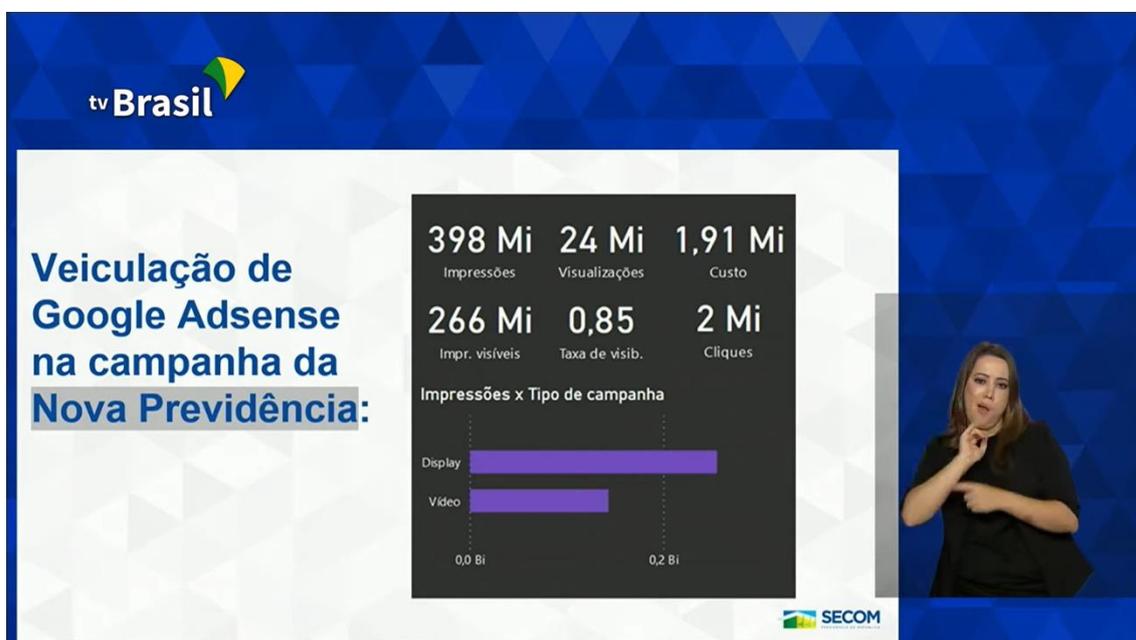
Acrescente-se que as informações constantes do arquivo “Cópia de RESP_REC_3a_INST_00077_003303_2019_17 - SECOM (3) NP - 31 de julho a 09 de agosto de 2019.xls”, ainda que não tragam os dados requeridos para o período de 31 de julho a 09 de agosto de 2019, permitem concluir que houve ao menos 2.918.784 milhões de impressões de anúncios da SECOM por meio do Google Ads para esse período específico. Sabendo-se que apenas 791.300 desses anúncios foram de “pesquisa responsivo” e, portanto, devem ter sido exibidos por meio de resultado de pesquisa patrocinada no site google.com, restam ainda sem informação, nesse arquivo, os URLs de veiculação de 2.127.484 impressões.

Além disso, constatamos que os valores totais de impressões e de custo existentes nas planilhas entregues em resposta ao pedido de informação de protocolo 00077.003303/2019-17 são consideravelmente inferiores aos que a própria SECOM declarou ter investido na campanha “Reforma da Previdência” veiculada por meio do Google Ads. Em



entrevista coletiva concedida em 03 de junho de 2020⁶⁸, o Secretário de Comunicação Social, Sr. Fábio Wajngarten, afirmou: “você verão que o total de anúncios servidos, ou seja, entregues para a campanha da nova previdência foi de aproximadamente 400 milhões”. Em momento posterior da coletiva, o Secretário de Publicidade e Promoção da SECOM, Sr. Glen Valente, mostrou dados mais precisos, segundo os quais houve 398 milhões de impressões na veiculação de Google AdSense na campanha da Nova Previdência, a um custo de R\$ 1,91 milhões. (figura 1).

Figura 1: Dados sobre a veiculação de Google AdSense na Campanha da Nova Previdência apresentados em entrevista coletiva apresentada pela SECOM em 03 de junho de 2020⁶⁹.



Ora, levando-se em conta que as informações entregues pela SECOM em resposta ao pedido de informação de protocolo

⁶⁸ Vídeo disponível no canal oficial da Secom no YouTube em <https://youtu.be/Z9v0WmqtK2Q>. Acesso em 23 de julho de 2020.

⁶⁹ Print de tela obtido em 05 de agosto de 2020.



00077.003303/2019-17 totalizam apenas 126.942.280 impressões de anúncios com indicação da URL de impressão (47.188.047 impressões entre 06 de junho e 13 de julho de 2019 e outras 79.754.233 impressões entre 11 e 21 de agosto de 2019), isso significa, em princípio, que não foram entregues informações referentes a pouco mais de 270 milhões de impressões de anúncios. Ou seja, pode ter havido sonegação de mais de 68% das informações requeridas por meio do pedido de informação de protocolo 00077.003303/2019-17.

Em termos financeiros, essa desproporção entre as informações detidas pela SECOM e as que foram entregues em resposta ao pedido de informação de protocolo 00077.003303/2019-17 é ainda mais evidente. O total de custo das planilhas enviadas pela SECOM nas quais há informações sobre a URL de impressão é de R\$ 425.696,26 (R\$ 299.956,04 no período de 06 de junho a 13 de julho de 2019 e R\$ 125.740,22 no período de 11 a 21 de agosto de 2019). Mas, como declarou o próprio secretário de Publicidade e Promoção da SECOM, Sr. Glen Valente, na entrevista coletiva de 03 de junho de 2020 o valor do custo de veiculação de Google AdSense na campanha reforma da previdência foi de R\$ 1,9 milhão. Portanto, as informações não entregues pela SECOM no processo 00170.003066/2019-18, em aparente descumprimento a decisão da CGU, totalizariam um total superior a R\$ 1,47 milhão de reais. Desse modo, concluímos que informações correspondentes a 77,6% do montante de custo da campanha da Nova Previdência no Google Ads talvez tenham sido sonegadas na resposta dada pela SECOM ao referido pedido de informação por meio da Lei de Acesso à Informação.

Além disso, os dispêndios efetuados pela SECOM constantes dos processos 00170.003066/2019-18 (dois pagamentos em 01/10/2019) e 00170.003376/2019-32 (um pagamento em 14/10/2019) ao fornecedor de mídia Google Brasil, no âmbito de serviços contratados da Artplan Comunicação S.A., CNPJ 33.673.2860004-78 perfazem R\$ 1.185.718,76 e R\$ 2.522.834,53, respectivamente, somando um total bruto de



R\$ 3.708.553,29 – o que excede em R\$ 3.282.857,03 o valor total de custo que consta das informações ofertadas em resposta ao pedido de informação de protocolo 00077.003303/2019-17.

Por fim, observamos que os valores totais constantes das informações ofertadas pela SECOM em resposta ao pedido de informação de protocolo 00077.003303/2019-17 também são incompatíveis com os que o Google declarou, de maneira oficial, ter recebido da SECOM. Em nota do Google encaminhada à Secretaria de Comunicação Social datada de 09 de maio de 2020, obtida por meio de requisição via Lei de Acesso à Informação protocolada de número de protocolo 00077.001439/2020-18, protocolada por um cidadão anônimo, a empresa afirma que o investimento total da campanha “citada na reportagem” (referência à reportagem ‘Verba publicitária de Bolsonaro irrigou sites de jogos de azar e de fake news na reforma da Previdência’ do jornal Folha de S. Paulo)⁷⁰ foi de R\$ 5.141.948,29, com um total de 723.120.120 impressões (figura 2). Portanto, no que concerne ao número de impressões, os dados entregues pela SECOM no processo 00077.003303/2019-17 representam tão somente 17,6% do total de impressões que o próprio Google afirma ter ofertado. Em termos financeiros, mais uma vez essa desproporção é ainda maior – os dados fornecidos pela SECOM, após decisão em 3ª instância da CGU no processo 00077.003303/2019-17, representam tão somente 8,3% do total que o Google afirma ter sido o custo da campanha Reforma da Previdência veiculada por meio do Google Ads. Caso os dados fornecidos pelo Google sejam os mais corretos, isso significa que a SECOM pode ter sonogado informações sobre um montante de custo de veiculação no Google Ads superior a R\$ 4,7 milhões de reais.

⁷⁰ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/05/verba-publicitaria-de-bolsonaro-irrigou-sites-de-jogos-de-azar-e-de-fake-news-na-reforma-da-previdencia.shtml>. Acesso em 23 de julho de 2020.



Figura 2: Cópia da página 1 de carta da Google enviada à SECOM e endereçada ao Sr. Fábio Wajngarten, Secretário Especial de Comunicação Social, datada de 09 de maio de 2020.



Exmo. Sr.
Fábio Wajngarten
Secretário Especial de Comunicação Social
Secretaria de Governo da Presidência da República

Ref: Mensagem sobre a matéria na Folha de São Paulo em 09/05/2020

Obrigado pela mensagem no dia de ontem e gostaria de reforçar alguns pontos abaixo sobre a referida matéria.

Nós temos políticas claras para determinar os tipos de conteúdo nos quais exibimos anúncios. Se identificamos ou recebemos uma denúncia de que um site ou vídeo viola nossas políticas, agimos imediatamente. Mesmo quando um site ou vídeo não viola nossas políticas, compreendemos que os anunciantes podem não querer sua publicidade atrelada a determinados conteúdos e, por conta disso, nossas plataformas permitem bloquear categorias de assuntos e sites específicos, além de gerarem relatórios sobre a exibição dos anúncios.

O Google colabora para viabilizar uma internet gratuita e aberta ajudando os editores a gerar receita com o conteúdo que produzem.

Nossas políticas não permitem que páginas ou aplicativos que apresentem conteúdo inapropriado exibam anúncios por meio da plataforma AdSense.

Temos o compromisso contínuo de oferecer treinamentos e consultorias aos nossos parceiros, tanto do setor público quanto do privado, para que possam aprimorar a gestão de seus anúncios. Cientes do dinamismo do ecossistema digital, também trabalhamos no aperfeiçoamento de nossas plataformas para oferecer os melhores resultados possíveis para nossos parceiros.

Preservar a confiança no ambiente de publicidade digital é uma das nossas prioridades. Trabalhamos diariamente para minimizar conteúdos que violam nossas políticas e impedir a ação de pessoas mal-intencionadas em nossa rede.

Somente em 2019, conforme nosso mais recente relatório de transparência, encerramos mais de 1,2 milhão de contas de publishers e retiramos anúncios de mais de 21 milhões de páginas, que faziam parte de nossa rede, por violação de políticas.

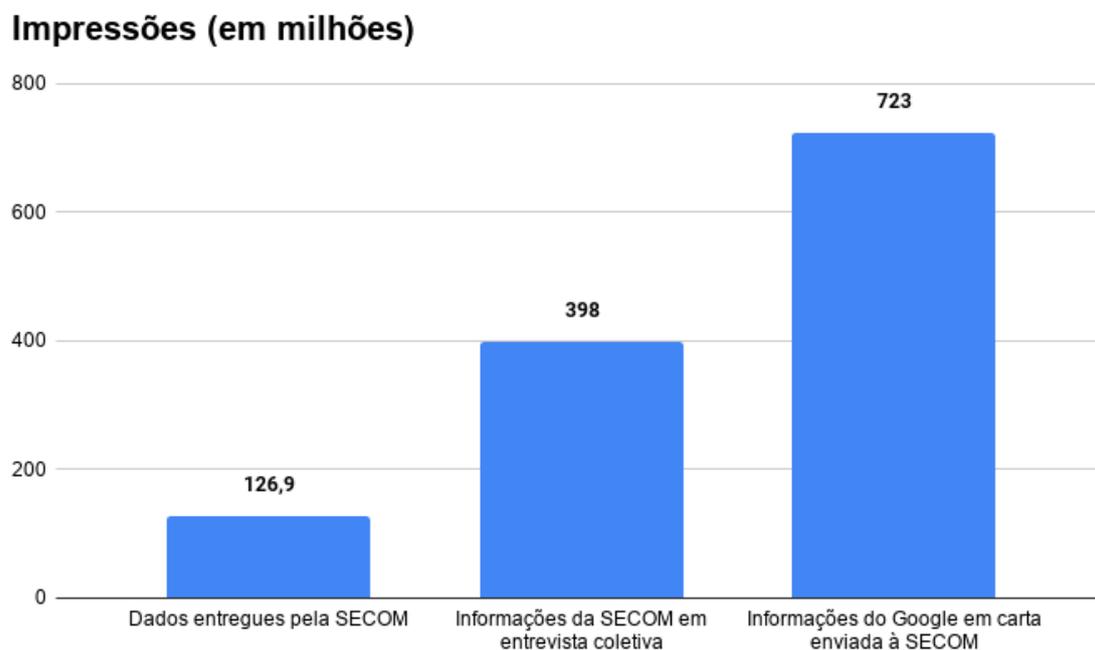
Do ponto de vista técnico de mídia, o investimento total da campanha, citada na reportagem e que vocês podem acessar a qualquer momento por meio do Google Ads, foi de R\$ 5.141.948,29, com um total de 723.120.120 impressões, gerando um custo médio projetado da impressão no valor de R\$ 0,007.

Importante ainda reforçar que o nosso modelo de cobrança é por clique e abaixo você encontra uma análise mais detalhada de alguns itens mencionados:

Os gráficos abaixo ilustram a desproporção entre os dados entregues pela SECOM em resposta ao pedido de informação de protocolo 00077.003303/2019-17 e as diversas informações oficiais sobre o total de impressões e de custo da campanha “Reforma da Previdência” veiculada por meio do Google Ads.



Gráfico 1. Número de impressões da campanha “Reforma da Previdência” contratada pela SECOM e veiculada por meio do Google Ads, por fonte da informação

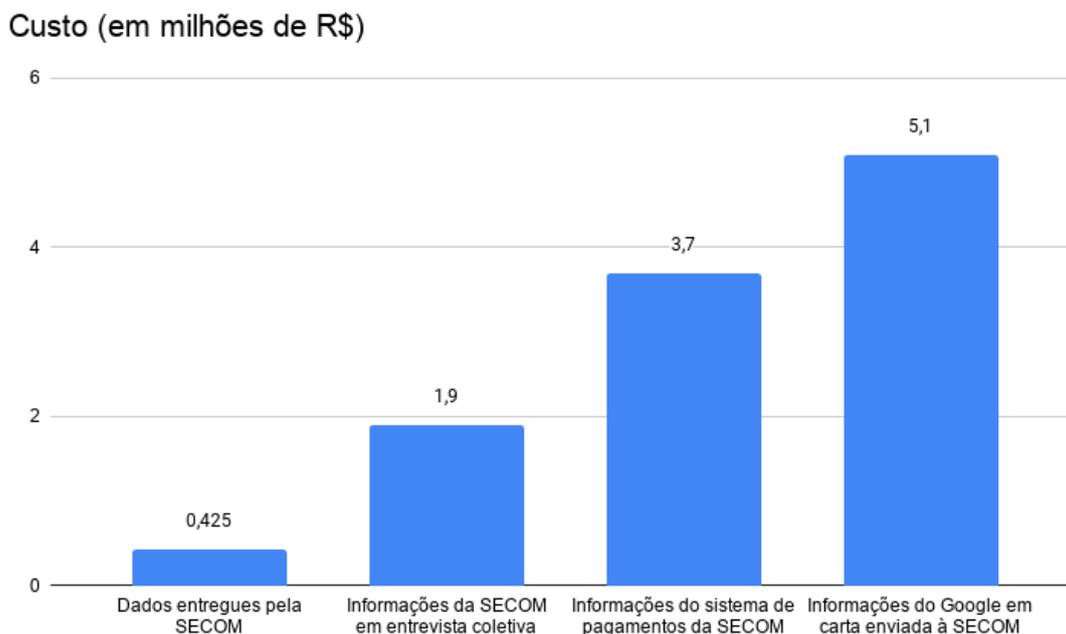


CD/222399.71019-00

* CD 222399.71019-00 *
ExEdit



Gráfico 2. Custo da campanha “Reforma da Previdência” contratada pela SECOM e veiculada por meio do Google Ads, por fonte da informação:



Apesar de tais evidências, a SECOM, em nota oficial datada de 16 de julho de 2020, alega que jamais descumpriu as determinações da CGU. O texto da nota diz o seguinte:

1. A Secretaria Especial de Comunicação Social do Ministério das Comunicações (Secom) esclarece que jamais descumpriu as determinações da Controladoria-Geral da União (CGU).

2. É o que, aliás, confirma a própria Coordenação-Geral de Recursos de Acesso à Informação, da Ouvidora-geral da União da CGU. De acordo com o órgão, a execução "das decisões proferidas em sede recursal de 3ª instância segue sob monitoramento, por meio de verificações que buscam avaliar o fiel cumprimento do que foi decidido".



3. Até o momento, ainda de acordo com a CGU, não houve apresentação de denúncia de descumprimento de determinações e o caso concreto, referente à decisão firmada nos registros do NUP 00077.003303/2019-17, encontra-se em análise.

4. A CGU também assinalou que “caso seja confirmado eventual descumprimento, serão adotadas medidas administrativas para que haja o atendimento da decisão de 3ª instância”.

A manifestação da CGU citada pela SECOM traz o seguinte texto:

“Prezado Cidadão, Fazemos referência ao pedido de acesso à informação nº 00075.001116/2020-44, por meio do qual apresentou diversos questionamentos relacionados ao monitoramento da decisão desta Controladoria-Geral da União - CGU no recurso em 3ª instância, de NUP 00077.003303/2019-17, em que o órgão recorrido é a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM. Em atenção ao requerido, informamos que a CGU monitora o cumprimento das decisões proferidas em sede recursal de 3ª instância, realizando verificações que buscam avaliar o fiel cumprimento do que foi decidido. A verificação de descumprimento de decisão de 3ª instância também pode ser feita a partir de denúncia apresentada pelo recorrente, conforme sistemática existente na plataforma e-SIC, para as decisões de provimento e provimento parcial. O cidadão tem o prazo de até 30 (trinta) dias, após a resposta do órgão ou entidade, para registrar denúncia de descumprimento de decisão. No entanto, no caso em análise, não houve a apresentação de denúncia de descumprimento na Plataforma e-SIC. Em que pese não ter sido apresentada tal denúncia, o caso concreto referente à decisão firmada nos registros do NUP 00077.003303/2019-17, encontra-se em análise pela CGU, e, caso seja confirmado eventual descumprimento, serão adotadas medidas administrativas para a que haja o atendimento da decisão de 3ª instância. A documentação relativa ao monitoramento poderá ser disponibilizada após a finalização dos procedimentos pertinentes, prevista para ocorrer até o final de agosto/2020.

Descrição dos dados ofertados pela SECOM



Contudo, ainda que abrangendo período relativamente curto, os dados inicialmente fornecidos pela SECOM permitem construir um rico panorama acerca das impressões de peças publicitárias do governo federal em canais de internet por meio do programa Google Ads. De acordo com o primeiro arquivo encaminhado pelo órgão que analisamos, 65.533 canais de internet receberam anúncios do Governo Federal nessas datas. Esses canais são divididos em três categorias: sites (4.018 canais); aplicativos para celular (13.704 canais) e canais do YouTube (47.811 canais). No total, foram realizadas, nesses canais e nesse período, mais de 47 milhões de impressões de anúncios do Governo Federal. As tabelas 2 e 3 detalham os dados gerais fornecidos pela SECOM:

Tabela 2: anúncios por tipo de canal (período de 06 de junho a 13 de julho de 2019)

Tipo de canal	Número de canais	Número de impressões	Custo (R\$)
Sites	4.018	4.418.653	6.637,35
Aplicativos de celular	13.704	27.137.839	103.676,23
Canais de YouTube	47.811	15.631.555	189.642,46
TOTAL	65.533	47.188.047	299.956,04

Tabela 3: Anúncios por campanha (período de 06 de junho a 13 de julho de 2019)

Anúncios – por campanha

Campanha	Número de impressões	Custo (R\$)
-----------------	-----------------------------	--------------------



YT – Geral 1	4.304.117	36.883,05
Nova Previdência – YT – 10”	11.940.494	154.205,86
Nova Previdência – GDN	30.943.436	108.867,13
TOTAL	47.188.047	299.956,04

Posteriormente, por meio do meio do repositório de busca de pedidos e respostas do sistema eSic (disponível em <http://www.consultaesic.cgu.gov.br/busca/SitePages/principal.aspx>), obtivemos acesso a um segundo conjunto de dados, que abrange o período de 11 a 21 de agosto de 2019. A planilha eletrônica na qual tais dados constavam estava anexada também à resposta ao pedido de informações sob o número de protocolo 00077.003303/2019-17. Contudo, por motivos técnicos, a versão do arquivo que constava da resposta ao pedido de informação que formulamos não pode, em um primeiro momento, ser aberta, devido a uma falha na sua descompactação. A versão resgatada por meio do repositório de busca de pedidos e respostas, por sua vez, não apresentou o mesmo problema, o que possibilitou a correta extração dos seus dados. Além disso, ambas as versões das planilhas resgatadas por meio desse repositório, tanto do período de 06 de junho a 13 de julho quanto de 11 a 21 de agosto de 2019, não apresentaram erros na coluna “custo” após a descompactação. Desse modo, foi possível coletar não apenas o número de impressões, mas também os valores de investimento para aquisição de mídia em cada um dos canais.

Ainda que abrangendo um período mais curto, o relatório referente ao período de 11 a 21 de agosto registra um número consideravelmente superior de impressões de anúncios, que totalizam mais de 79,7 milhões. Há o registro de exatamente o mesmo número de canais identificados no período anterior, 65.533. Tal coincidência nos leva a crer que



essa pode ser uma limitação do sistema de extração de relatórios, que estabeleceria esse como o número máximo de linhas de informação possíveis. Desse modo, entendemos que apenas com uma realização de auditoria *in loco*, com o acompanhamento do processo de extração de informações, é possível não apenas atestar as limitações técnicas existentes, como averiguar se de fato ocorreu a inclusão de todos os canais receptores de anúncios no período abrangido pelo relatório.

Os canais que receberam impressões de anúncios da SECOM neste segundo período são divididos nas mesmas três categorias já observadas no período anterior: sites (8.208); aplicativos para celular (16.393) e canais de YouTube (40.932). As tabelas 4 e 5 detalham os dados gerais fornecidos pela SECOM fornecidos para a segunda amostra:

Tabela 4: anúncios por tipo de canal (período de 11 a 21 de agosto de 2019)

Tipo de canal	Número de canais	Número de impressões	Custo (R\$)
Sites	8.208	23.968.262	17.657,11
Aplicativos de celular	16.393	47.348.380	55.888,58
Canais de YouTube	40.932	8.437.591	52.194,53
TOTAL	65.533	79.754.233	125.740,22

Tabela 5: Anúncios por campanha (período de 11 a 21 de agosto de 2019)

Anúncios – por campanha



Campanha	Número de impressões	Custo (R\$)
SECOM – NP Fase 3 – GDN - 20190015	71.756.083	65.140,01
SECOM – NP Fase 3 – YouTube - 20190015	7.998.150	60.600,21
TOTAL	79.754.233	125.740,22



CD/22239.71019-00

ELETROBRÁS – Centrais Elétricas Brasileiras S.A.

Descrição dos dados ofertados pelo ELETROBRAS

Em 09 de junho de 2020, foi solicitado à ELETROBRAS – Centrais Elétricas Brasileiras S.A., por meio do Sistema Eletrônico do Serviço de Informação ao Cidadão (e-SIC), relatório de canais nos quais os anúncios da entidade contratados por meio da plataforma Google Ads foram exibidos, para o período de 01/01/2019 a 31 de maio de 2020. A solicitação foi registrada sob o protocolo 99908.000336/2020-78.

Em 24 de junho de 2020, o órgão respondeu positivamente ao pedido e concedeu acesso a parte das informações requisitadas. A oferta dos dados se deu por meio de planilha, em formato pesquisável, com a lista de todos os canais (e as respectivas urls) onde foram veiculados anúncios da ELETROBRÁS por meio da plataforma Google Ads, no período de 01/01/2019 a 31/05/2020. Contudo, a Eletrobrás ofertou informações somente acerca do número de impressões em cada canal receptor de sua publicidade por meio do Google Ads. A empresa, em modelo de relatório distinto do oferecido pela SECOM, não forneceu dados sobre o custo individual para inserção de publicidade em cada um dos canais constantes da



* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



planilha que nos foi entregue. Sobre esse tema, a entidade prestou os seguintes esclarecimentos:

“Entre os meses de abril a novembro de 2019, realizamos duas campanhas publicitárias: campanha ‘Resultados’ (primeiro semestre) e campanha ‘Procel 2019’ (segundo semestre). Em 2020, não houve campanha até o presente momento. Ao longo de todo período indicado pelo solicitante (01/01/2019 a 30/05/2020), somente a campanha ‘Resultados’ incluiu em seu plano de mídia para o meio internet a utilização da plataforma Google Adwords. As veiculações realizadas nessa plataforma ocorreram por meio da contratação de empresa de mídia programática Reach Local. O relatório com as URLs utilizadas nesta campanha segue em anexo e respectivas informações individualizadas foram, quando possível, incluídas. Importante sempre reiterar que, na época do planejamento e aprovação desta campanha, a contratação de um agente intermediário (como a ReachLocal) era a única forma autorizada pela Secom para veiculação na rede Google (Youtube e Rede de Display). A contratação feita pela Eletrobras foi, exclusivamente, para veiculação no Youtube. Cabe registrar também que, por padrão, as campanhas no YouTube permitem a sua extensão da entrega para a rede de display, incluindo outros sites e aplicativos. Reiteramos que a negociação com a ReachLocal não reflete e não tem relação direta com o acordo comercial entre o Google/Youtube e os devidos canais de conteúdo ou sites, não sendo possível identificar o quanto cada um destes recebeu e, portanto, não sendo correto fazermos qualquer estimativa nesse sentido. Ressaltamos, por outro lado, e como já informado anteriormente, que o custo total do serviço prestado pela ReachLocal à Eletrobras, com distribuição de conteúdo para 181.878 canais/sites, com 2.924.170 impressões e 1.821.638 visualizações, foi de R\$ 76.000,00, perfazendo um custo médio por impressão de cerca de R\$ 0,02 (dois centavos). Reafirmamos, por fim, e como já amplamente divulgado, que o tipo de veiculação de conteúdo publicitário acima descrito ocorreu apenas na Campanha de Resultados 2018, em abril e maio de 2019, e, já na campanha Procel de outubro e novembro de 2019, a Eletrobras não mais utilizou



serviços da Reachlocal e tampouco veiculou conteúdo publicitário no Google/Youtube. Ademais, não tendo realizado qualquer campanha publicitária desde então, informamos que a Eletrobras não utilizará serviços de mídia programática em suas campanhas publicitárias vindouras.”

Em relação aos dados de veiculação de publicidade por meio da rede de display no Google Ads, o documento encaminhado pela Eletrobras, disponibilizado em planilha pesquisável, traz 181.877 linhas de informação sobre inserções publicitárias do órgão em 126.096 diferentes canais. Esses canais são divididos em 3 categorias: sites (554); aplicativos para celular (5164) e canais do YouTube (120.378). A tabela 8 traz uma compilação desses dados:

Tabela 8: anúncios da Eletrobras veiculados por meio do Google Ads por tipo de canal.

Tipo de canal	Número de canais	Número de impressões	Custo (R\$)
Sites	554	72.967	n. i.
Aplicativos de celular	5.164	300.232	n. i.
Canais de YouTube	120.378	2.550.971	n. i.
TOTAL	126.096	2.924.170	n. i.

BB – Banco do Brasil S.A.



Em 25 de maio de 2020, um cidadão anônimo solicitou ao Banco do Brasil S.A. o relatório de impressões e de custo de veiculação de publicidade da entidade por meio do Google Ads no período compreendido entre 1º de janeiro de 2019 e 30 de abril de 2020. A solicitação se deu por meio do sistema Eletrônico do Serviço de Informação ao Cidadão (e-Sic), registrada sob o protocolo 99901.000695/2020-95.

Em resposta datada de 15 de junho de 2020, a entidade informou que não iria prestar as informações solicitadas. Informou ainda que a recusa se baseava na seguinte argumentação:

“Em atenção ao seu pedido de acesso à informação nº 99901.000695/2020-95, cumpre esclarecer que, apesar da Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2012) estabelecer a publicidade como regra geral, ela também prevê os casos de sigilo como exceção, dentre eles as hipóteses legais de sigilo e de segredo de justiça. Referida lei recepcionou as hipóteses legais de sigilo em seu art. 22, o qual dispõe: “O disposto nesta Lei não exclui as demais hipóteses legais de sigilo e de segredo de justiça nem as hipóteses de segredo industrial decorrentes da exploração direta de atividade econômica pelo Estado ou por pessoa física ou entidade privada que tenha qualquer vínculo com o poder público. ”O Banco do Brasil é uma sociedade de economia mista que explora atividade econômica, submetido ao regime jurídico de direito privado, inclusive quanto aos direitos e obrigações civis, comerciais, trabalhistas e tributários, nos termos do inciso II do §1º do art. 173 da Constituição Federal. O art. 5º, §1ª, do Decreto nº 7.724/2014, disciplina que a divulgação de informação de empresas públicas, sociedade de economia mista e demais entidades controladas pela União que atuem em regime de concorrência, sujeitas ao disposto no art. 173 da CF, estará submetida às normas pertinentes da Comissão de Valores Mobiliários, a fim de assegurar sua competitividade, governança corporativa e os interesses de acionistas minoritários. Desta forma, as informações de caráter estratégico para a empresa devem ser preservadas em razão do sigilo empresarial, o qual encontra amparo legal no parágrafo 1º do art. 155 da Lei 6.404/76, impondo ao Administrador o dever de lealdade e sigilo em relação aos assuntos da empresa, e, ainda, no art. 195, XI, da Lei nº 9.279/96, o



qual prevê ser o administrador sujeito ativo do crime de concorrência desleal para o caso de divulgar informações confidenciais, sem autorização. Por sua vez, a Lei das Estatais (Lei nº 13.303/2016), em seu §4º do art. 86, prevê que o servidor responde administrativa, civil e penalmente pelos danos causados à empresa pública ou à sociedade de economia mista e a seus acionistas em razão de eventual divulgação indevida de informações revestidas pelo sigilo bancário, estratégico, comercial ou industrial. As informações solicitadas detêm conteúdo sensível e estratégico para o Banco do Brasil S.A., na medida em que tratam de método utilizado para publicação de mídias digitais. Logo, a publicização dessas informações pode prejudicar o Banco frente à concorrência e gerar riscos para os seus acionistas. Diante do exposto, considerando o caráter sigiloso e estratégico das informações solicitadas, o Banco do Brasil nega o acesso às informações solicitadas diante da impossibilidade de atendimento ao pedido de informação, com fundamento no art. 6º, inciso I, do Decreto nº 7.724/2012.

Metodologia

A criação das categorias de codificação partiu de duas premissas básicas. A primeira, mais genérica, foi a de canais potencialmente inadequados para a veiculação de publicidade oficial. Elaboramos esta lista de acordo com os critérios de coerência nas políticas públicas, segundo o qual as ações estatais, em todas as suas esferas de atuação devem estar em consonância com as políticas macro estabelecidas pelo Governo^{71, 72}; e de adesão aos preceitos legais aplicáveis à legislação – no caso específico, às

⁷¹ PETERS, B. Guy. The search for coordination and coherence in public policy: Return to the center. **Department of Political Science. University of Pittsburgh**, 2005.

⁷² HOWLETT, Michael; RAYNER, Jeremy. Design principles for policy mixes: Cohesion and coherence in ‘new governance arrangements’. **Policy and Society**, v. 26, n. 4, p. 1-18, 2007.



normas legais da publicidade governamental. A segunda, de caráter mais específico, foi relativa ao *targeting* da campanha “Reforma da Previdência”.

Posteriormente, para a codificação dos canais nos quais houve exibição de anúncios do Governo Federal, no universo dos canais de internet que receberam publicidade nessas datas, utilizamos as seguintes premissas:

a) Canais de conteúdo majoritariamente destinados ao público infanto-juvenil: para esta classificação, foram adotados os critérios da Comissão Federal de Comércio (FTC) dos Estados Unidos, que são também utilizados pelo Google em seus serviços. De acordo com essa classificação, um conteúdo é feito para o público infanto-juvenil se: crianças e adolescentes são o público-alvo com base em nove fatores predeterminados; ou se o público infanto-juvenil não é o público-alvo, mas o conteúdo é voltado a ele com base em tais fatores⁷³.

b) Conteúdo sexual – Canais contendo conteúdo de cunho sexual, identificados a partir de palavras-chave específicas utilizadas em conteúdos adultos, nos idiomas inglês e português;

⁷³ Os fatores são: o tema do conteúdo (por exemplo: conteúdo educativo para crianças em idade pré-escolar); se as crianças são apenas o público-alvo ou os espectadores reais do seu conteúdo; se o conteúdo apresenta atores ou modelos infantis; se o conteúdo mostra personagens, celebridades ou brinquedos infantis, incluindo aqueles que aparecem em filmes e desenhos animados; se a linguagem do conteúdo é adequada para crianças; se o conteúdo mostra atividades que são do interesse de crianças, como teatrinhos, músicas ou jogos de fácil assimilação ou relacionados à educação infantil; se o conteúdo contém músicas, histórias ou poemas para crianças; outras informações que possam ajudar a determinar o público do seu conteúdo, como evidências empíricas de quem são os espectadores do conteúdo; se a promoção dos conteúdos é feita para atrair crianças.



c) Desrespeito a direitos de autor ou de transmissão – aplicações de oferta de serviços de IPTV não-licenciados nas quais há promessa de acesso conteúdos cujos direitos autorais ou de transmissão pertencem a terceiros;

d) Jogos de azar ilegais – canais devotados à divulgação de informações sobre jogos de azar que não constam do rol dos permitidos pela legislação brasileira;

e) “Comportamento desinformativo” – canais;

(lista do inquérito do STF e ponto)

f) Ofertas de investimentos não regulamentados – aplicações nas quais há ofertas de derivativos não registradas na CVM e que, portanto, são consideradas ilegais⁷⁴.

g) Promoção pessoal de autoridades – canais nos quais constem conteúdos, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos⁷⁵.

h) Titular de cargo eletivo – canais dedicados, de maneira exclusiva, à divulgação da imagem de titulares de cargos eletivos.

Canais com comportamento desinformativo

Uma vez aplicada a metodologia descrita no item “e” descrito anteriormente, chegamos a uma lista de canais considerados

⁷⁴ Nos dizeres da CVM, “Considerando que até o presente momento (maio de 2018) não há qualquer oferta relacionada ao mercado Forex registrada na CVM, ou corretora autorizada pela autarquia a atuar nesse mercado, qualquer oferta feita no Brasil é ILEGAL. Isso inclui, mas não se limita, ofertas feitas por instituições estrangeiras por meio da internet. Ver página 6 do documento “Forex – Foreign Exchange Market – Série Alertas (CVM). Disponível em https://www.investidor.gov.br/publicacao/Alertas/alerta_CVM_forex_2018.pdf Acesso em 4 de junho de 2020. Apenas ao final de março de 2020 a CVM aprovou a B3 como a primeira e, até o momento, a única empresa no Brasil autorizada a operar negociações em Forex.

⁷⁵ Conforme § 1º do inciso XXII do art. 37 da Constituição Federal



desinformativos por essa relatoria. Ressalte-se, contudo, que se trata de uma lista para fins práticos desta seção que, com base nas avaliações orientadas a partir dos debates ocorridos na CPMI, bem como da incorporação de estudos específicos sobre canais com comportamento desinformativo, redundou em tal elenco. Trata-se, ainda, de uma lista constituída tão somente a partir de uma base de observação composta por canais que receberam publicidade da SECOM, de empresas estatais ou de entidades paraestatais, por meio de mídia programática. Portanto, não aconselhamos a utilização da lista como um suposto rol de sites, canais de YouTube ou aplicativos de celular de fake news. Trata-se, tão somente, de veículos por meio dos quais talvez não seja recomendável a veiculação de publicidade oficial, devido à existência de indícios de comportamento desinformativo.

Além disso, muitos desses canais, provavelmente temendo punições pela plataforma YouTube ou mesmo eventuais condenações judiciais no âmbito do Inquérito INQ 4781, instaurado com o objetivo de investigar a existência de notícias fraudulentas (fake news), denúncias caluniosas e ameaças contra a Corte, seus ministros e familiares, vêm promovendo uma faxina em seus vídeos. O YouTuber Fernando Lisboa, por exemplo, dos canais Vlog do Lisboa e Vlog do Fernando Lisboa Replay, já havia apagado 41 vídeos até 17 de julho de 2020⁷⁶. Levantamento realizado pela Novelo Data, por sua vez, revelou que o canal Terça Livre TV, provavelmente pelos mesmos motivos, já havia deletado ou tornado privados 272 vídeos até junho de 2020. Já o canal Foco do Brasil havia apagado 66 vídeos até aquela data⁷⁷.

⁷⁶ Youtuber bolsonarista alvo de buscas da PF faz limpeza em canal e apaga 41 vídeos. Jornal O Globo. Disponível em <https://blogs.oglobo.globo.com/sonar-a-escuta-das-redes/post/youtuber-bolsonarista-alvo-de-buscas-da-pf-faz-limpeza-em-canal-e-apaga-41-videos.html>. Acesso em 5 de agosto de 2020.

⁷⁷ Canais bolsonaristas retiram 2,1 mil vídeos do youtube desde o início de junho, indica levantamento. Disponível em <https://blogs.oglobo.globo.com/sonar-a-escuta-das-redes/post/canais-bolsonaristas-retiraram-21-mil-videos-do-youtube-desde-o-inicio-de-junho-indica-levantamento.html>



Análise de *target* das campanhas da ação publicitária “reforma da previdência” da SECOM.

O termo em inglês *target* denomina “alvo” ou “objetivo a ser atingido”. Em publicidade, “target” designa os objetivos gerais que se quer atingir com a estratégia de comunicação, o que inclui, em grande medida, o público-alvo que se pretende alcançar com uma ação de comunicação. No caso da campanha da Nova Previdência, por exemplo, o *target*, por certo, seria o convencimento do público brasileiro adulto acerca da conveniência e oportunidade da alteração nas regras da previdência propostas pelo Governo.

Contudo, ao avaliarmos a destinação da publicidade da campanha “Nova Previdência”, é possível notar uma falha intensa de *target*. Essa falha fica mais evidente na divulgação por meio do YouTube, pois parte considerável das impressões terminou sendo veiculada em canais de conteúdo majoritariamente destinado ao público infanto-juvenil, redundando em desperdício de recursos públicos. Como ressaltou o ministro do Tribunal de Contas da União, Vital do Rego, “(...) divulgar matérias afetas a regime jurídico-administrativo a crianças, sejam elas brasileiras ou de qualquer outra nacionalidade, equivale a vender areia no deserto, gelo nos polos ou água nos oceanos”, e completou que a questão caracteriza “flagrante desperdício de recursos públicos (...) a público-alvo completamente alheio ao que se pretende comunicar”⁷⁸.

Dos 100 canais de YouTube que mais veicularam impressões da campanha da Nova Previdência no período entre 6 de junho e 13 de julho de

⁷⁸ Folha de S. Paulo: TCU proíbe governo Bolsonaro de anunciar em sites que promovem atividade ilegal. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/07/tcu-proibe-governo-bolsonaro-de-anunciar-em-sites-que-promovem-atividade-ilegal.shtml>. Acesso em 06 de agosto de 2020.



2019, 46 são primordialmente destinados ao público infanto-juvenil. Alguns deles deles, como o russo Get Movies⁷⁹, não apenas são destinado ao público infantil como também têm 100% do seu conteúdo em idioma estrangeiro. Juntos, esses 46 canais infanto-juvenis concentraram 3.693.017 das 12.026.980 impressões da campanha da Nova Previdência veiculadas no YouTube entre 06 de junho e 13 de julho de 2019 (32,95% de todos os anúncios veiculados no YouTube nesse período), a um custo de R\$ R\$ 45.137,90 (23,8% do custo total investido no YouTube, que foi de R\$ 189,642,46). A tabela 9 traz a listagem desses 46 canais infanto-juvenis, com indicação do número de impressões em cada um deles.

Tabela 9: Canais infanto-juvenis que mais veicularam inserções da campanha “Nova Previdência” do Governo Federal entre 06 de junho e 13 de julho.

Canal	URL do canal	Impressões	Custo
Kids Fun	http://youtube.com/channel/UC6paX0kLA8D81aYogceMufw	469.777	R\$ 5.527,73
Planeta das Gêmeas	http://youtube.com/channel/UCcqGXzmJn6bilNRt5OILmRQ	420.916	R\$ 6.033,16
Turma da Mônica	http://youtube.com/channel/UCV4XcEqBswMCryorV_gNENw	187.893	R\$ 2.397,28
Totoykids	http://youtube.com/channel/UCy7whoHQXzhYxp9AQmrPFVw	175.649	R\$ 2.102,16
MoonKase	http://youtube.com/channel/UCB6p9IMfq6rczdFStOJ1eNA	144.384	R\$ 1.898,50
GahMarin	http://youtube.com/channel/UCgtusY_DqZ94PWwP2s0STfQ	128.847	R\$ 1.521,31

⁷⁹ Disponível em <http://youtube.com/channel/UCIZkHt2kNIgyrTTPnSQV3SA>. Acesso em 23 de abril de 2019



CPMI – Fake News

Renan Fiorini	http://youtube.com/channel/UCPJ6Diqv10p-rOfWdKSRs9w	109.414	R\$ 1.600,05
MILENINHA	http://youtube.com/channel/UCMQGjL7ft6aNLKPP5xN-P3A	108.432	R\$ 1.211,62
MundoBitaVEVO	http://youtube.com/channel/UCsr34saf-NXrh11hk4ESRdQ	103.821	R\$ 1.311,32
Get Movies	http://youtube.com/channel/UCIZkHt2kNIgyrTTPnSQV3SA	101.532	R\$ 1.463,79
Fran para meninas	http://youtube.com/channel/UC6MtPHJ6axc8iXPmHYLqC-A	91.993	R\$ 1.086,41
O Reino Infantil	http://youtube.com/channel/UCooY3HgjOMWoDpIHMDM4ghQ	91.567	R\$ 1.220,43
Mundo Kids	http://youtube.com/channel/UCqdTNaVyhHuKkKLGgsYzXig	89.944	R\$ 927,34
Bia Lobo	http://youtube.com/channel/UCEftJwDA4QOZ7QgHXd3Y1Ww	86.793	R\$ 933,33
Simon [Português Brasileiro] Oficial KidsChannel BR	http://youtube.com/channel/UCx5tu3UKq2R11Aenk4OUIHg	83.841	R\$ 655,75
Luluca Games	https://www.youtube.com/channel/UCDVS7-YYxiQ62r46KXmp-kw	73864	R\$ 909,78
Igor Barroso	https://www.youtube.com/channel/UCfmqIIHBSi_8zf4gqnlulya	70253	R\$ 761,68
Lado Beco	https://www.youtube.com/user/ladobeco	67336	R\$ 759,47
Os Amiguinhos e Contos Historinhas	https://www.youtube.com/channel/UCy2lbjas8-0tw1nGkDkWo5A	63798	R\$ 647,51
핑크퐁 (인기 동요 · 동화)	https://www.youtube.com/user/pinkfongko	60361	R\$ 693,09
نيكيتا وفلاد	https://www.youtube.com/channel/UCP9MW9ATjUwwulqEYTbp-Mw	58755	R\$ 591,78



<https://www.youtube.com/channel/UCin1BL8psPehQFv9whaqtzw>

Canal do LUCAS VASCONCELOS			53501	R\$ 463,82
Desenhos Animados em Portugues	https://www.youtube.com/channel/UCSFDHA6Yf1gh-K1wZqET-zA		44960	R\$ 578,51
Mundo Teen	https://www.youtube.com/user/xandre250		44402	R\$ 558,51
Clara Correia TV	https://www.youtube.com/channel/UCNyv46EnCgc9hT7EWUXBuPg		43647	R\$ 511,55
Vlad and Nikita	https://www.youtube.com/channel/UCvIE5gTbOvjioFIEm-c_Ow		43220	R\$ 500,12
WildBrain em Português	https://www.youtube.com/user/dhxjuniortvbrasil		41139	R\$ 559,15
Brincando Com a Helo	https://www.youtube.com/channel/UCKvTx33YEBgeXWeZ4Dx7lvG		37227	R\$ 408,65
Toy Cake Tia Fla	https://www.youtube.com/channel/UCGSduTvwaKa5YH_0m8rvX_w		36526	R\$ 394,69
Graça Kids	https://www.youtube.com/channel/UCuacp9UPSyfb4643NJeAgFA		34426	R\$ 430,01
Masha y el Oso	https://www.youtube.com/channel/UCuSo4gcgxJRf4Bzu43wwVyg		34361	R\$ 275,65
Brincando Com a Tia Fla	https://www.youtube.com/channel/UCLMkzNA5ubtN149mG4NIR0g		33664	R\$ 389,67
Pocoyo Episódios completos PORTUGUÊS	https://www.youtube.com/channel/UCMw8ObsmUSb1CrBQLInDx1g		33411	R\$ 433,57
Kids Tv Português - Canções dos miúdos	https://www.youtube.com/channel/UCL7jOlb_fr5jNr_YLycovPA		33191	R\$ 383,25



CPMI – Fake News

Curioso George	come	https://www.youtube.com/channel/UCyAtL5EG3cdr-te0cEt2qFg	33148	R\$ 359,96
Zig & Sharko		https://www.youtube.com/channel/UCe5peH6-BCaP0lovMHwtF3w	31956	R\$ 413,74
El Reino Infantil		https://www.youtube.com/user/ReinoMariaElenaWalsh	31207	R\$ 407,89
SofiaS Furlani		https://www.youtube.com/channel/UCDMpQ5ZK_WtSd7_Sor3xtkg	31037	R\$ 378,34
Little Baby Bum em Português		https://www.youtube.com/user/LittleBabyBumBrazil	28660	R\$ 372,11
Bounce Patrol Kids Songs	-	https://www.youtube.com/user/BouncePatrolKids	28165	R\$ 399,36
Brinquedonovelinhas com bonecas		https://www.youtube.com/channel/UCJPDxkXyf8Ka3iJL4mr-oFMQ	27583	R\$ 320,38
Cartoon Network Brasil		https://www.youtube.com/user/BRCartoonNetwork	26005	R\$ 313,07
Baby Doll Kids		https://www.youtube.com/channel/UCKmIl3pGtv9GTOe9rkGHkmg	25157	R\$ 314,52
Boram Tube Vlog [보람튜브 브이로그]		https://www.youtube.com/channel/UCU2zNeYhf9pi_wSqFbYE96w	23540	R\$ 290,52
العاب فرافيرو للأطفال		https://www.youtube.com/channel/UC0nVXQVOgyx8jWwehOrfjDw	21841	R\$ 316,80
TOTAL			3.693.017	R\$ 45.137,91

No período de 11 a 21 de agosto de 2019, tal falha de “target” ocorreu de maneira ainda mais intensa à observada nos anúncios veiculados entre 6 de junho e 13 de julho do mesmo ano. Dos 100 canais de YouTube que mais veicularem impressões da campanha da Nova Previdência



nesse segundo período, 68 são primordialmente destinados ao público infanto-juvenil. Vinte e dois deles, além de destinados ao público infantil, têm seu conteúdo em idiomas estrangeiros. São canais como วลาดและนิกิตา (Vlad e Nikita), com conteúdo dublado em tailandês, que recebeu 125.342 impressões⁸⁰; Diana Play⁸¹, cujo conteúdo é dublado em árabe, que recebeu 105.887 impressões; e Cocomelon – Nursery Rhymes, com conteúdo dublado em inglês, que recebeu 51.773 impressões.

Juntos, esses 68 canais infanto-juvenis concentraram 2.984.466 das 8.437.591 impressões da campanha da Nova Previdência veiculadas no YouTube entre 11 e 21 de agosto de 2019 (35,37% de todos os anúncios impressos no YouTube nesse período), a um custo de R\$ R\$ 22.567,67 (43,24% do custo total investido no YouTube, que foi de R\$ 52.194,53). A tabela 10 traz a listagem desses 68 canais infanto-juvenis, com indicação do número de impressões em cada um deles.

Tabela 10: Canais infanto-juvenis que mais veicularam inserções da campanha “Nova Previdência” do Governo Federal entre 11 e 21 de agosto de 2019.

Canal	URL do canal	Impressões	Custo
Maria Clara & JP	http://youtube.com/channel/UCKe6w0exI94U-RzqAyoY1VA	615582	R\$ 4.733,19
Pica-Pau em Português	http://youtube.com/channel/UCiFg-2CjsG_xcSsHNjDeLpw	261541	R\$ 1.782,52
MundoBitaVEVO	http://youtube.com/channel/UCsr34saf-NXrh11hk4ESRdQ	173439	R\$ 1.049,12

⁸⁰ Disponível em http://youtube.com/channel/UC8YTieDFgf-D_3_RaPROgiA Acesso em 19 de junho de 2019.

⁸¹ Disponível em <http://youtube.com/channel/UCtm3DGXkWqAUQZMHI97SVxA> Acesso em 19 de junho de 2019.



CPMI – Fake News

ฉลาดและนีกิตา	http://youtube.com/channel/UC8YTieDFgf-D_3_RaPROgiA	125342	R\$ 992,26
Diana Play	http://youtube.com/channel/UCtm3DGXkWqAUQZMHI97SVxA	105887	R\$ 820,75
Cocomelon - Nursery Rhymes	http://youtube.com/channel/UCbCmjCuTUZos6Inko4u57UQ	51773	R\$ 752,45
Turma da Mônica	http://youtube.com/channel/UCV4XcEqBswMCryorV_gNENw	51557	R\$ 541,19
Cartoon Kids - Português Brasil	http://youtube.com/channel/UC4Zqg7e2gNjIw1sAyWQy5GA	74185	R\$ 527,38
Canal da Lelê	http://youtube.com/channel/UCYwHhTxTAz6aLwMcyPitJg	65888	R\$ 489,77
WildBrain em Português	http://youtube.com/channel/UCKWGr9VyIYn_c6gXbYctH3w	71440	R\$ 474,74
BabyBus Português - Músicas Infantis e Desenhos	http://youtube.com/channel/UCg1PtLqCSYX8odBuWHP9Ebg	57118	R\$ 452,30
Disney Junior Brasil	http://youtube.com/channel/UCofORWTh9OYkrls8ruk2e0g	67397	R\$ 414,91
George o Curioso em Português	http://youtube.com/channel/UCg3VS8afaNzH4EWJmMcdqMg	54954	R\$ 410,33
Tia Dani	http://youtube.com/channel/UCR2IONXExRWEGxREw7IXHCQ	50503	R\$ 389,42
Bela Bagunça	http://youtube.com/channel/UCYWDADhmWJU6_X7Vm7FzDw	46980	R\$ 379,49
KidsChannel BR	http://youtube.com/channel/UCx5tu3UKq2R11Aenk4OUIHg	49195	R\$ 349,12
MOMENTO DA CRIANÇA : CHILD'S MOMENT : MUSIC STORIES TOYS CARTOONS	http://youtube.com/channel/UCTtLJNRHt5ToPjuimhzdOWw	45243	R\$ 339,35

650



CD/22239.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



FOR KIDS

PJ Masks Brasil
– Canal Oficial

<https://www.youtube.com/channel/UC6RA9q6uVGJpe4QcS3UmGmg> 37904 R\$ 295,50

Kids Channel

Português –

Video para

Crianças

Kids TV

Português –

Canções dos

miúdos

Desenhos

Animados em

Português

CartoonKids BR

<https://www.youtube.com/channel/UCckWKg08w2GqD-lqs0fg2XA> 41703 R\$ 290,19

https://www.youtube.com/channel/UCL7jOlb_fr5jNr_YLycovPA 40031 R\$ 287,76

<https://www.youtube.com/channel/UCSFDHA6Yf1gh-K1wZqET-za> 40194 R\$ 282,76

https://www.youtube.com/channel/UConTN-FMsTBmjUD3za_LT0g 37227 R\$ 278,03

Léo o caminhão

<https://www.youtube.com/channel/UCGHwgdWN9WHAb9q83p-S8EQ> 36477 R\$ 260,44

Bob Zoom

<https://www.youtube.com/user/bobzoomclub> 25847 R\$ 257,42

ЧУДДИКИ На
Русском

<https://www.youtube.com/channel/UCReZO-Jic9ilonVr0qyxEqQ> 29179 R\$ 231,54

마샤와 곰

<https://www.youtube.com/channel/UCPDp0wLWyDx6XVYWRlj2Kw> 30893 R\$ 219,91

Little Baby Bum
em Português

<https://www.youtube.com/user/LittleBabyBumBrazil> 31340 R\$ 217,89

Irmãos Oliveira

<https://www.youtube.com/channel/UChEmvd47U5S-ICbZvUjzGcA> 25052 R\$ 206,42

Juliana Baltar

<https://www.youtube.com/user/Juliana1846> 23908 R\$ 198,51

Farmees
Português -
Canções dos
miúdos

<https://www.youtube.com/channel/UCfQiA455x2qMpnYNyfyYi-w> 26019 R\$ 194,07

Turma do
Folclore

<https://www.youtube.com/channel/UCD-Rh7fnSL2aeF9xviJ4LGw> 23987 R\$ 180,66

El Reino Infantil

<https://www.youtube.com/user/ReinoMariaElenaWalsh> 23413 R\$ 175,88

Kids Fun

Brincando Com
a Helo

<https://www.youtube.com/channel/UC6paX0kLA8D81aYogceMufw> 29891 R\$ 166,35

<https://www.youtube.com/channel/UCKvTx33YEbgeXWeZ4Dx7lvg> 19920 R\$ 163,00



CPMI – Fake News

La Granja de Zenón	https://www.youtube.com/user/cancionesdelagranja	19987	R\$ 158,76
TaDaBoom Português	https://www.youtube.com/channel/UCawMahliRYOA8uzQMbDz5iQ	23824	R\$ 157,18
Like Nastya Vlog	https://www.youtube.com/channel/UCJlp5SjeGSdVdwsfb9Q7IQ	17770	R\$ 155,19
Luluca Games Em Busca do Vale Encantado em Português	https://www.youtube.com/channel/UCDVS7-YYxiQ62r46KXmp-kw	26099	R\$ 149,32
	https://www.youtube.com/channel/UCmp50hux7Zj56yRXJFW_alw	19923	R\$ 148,01
	https://www.youtube.com/channel/UCL2n7VnndYIbq6wiz6bxl0Q	19340	R\$ 147,71
Ben 10 Brasil STEVE AND MAGGIE BRASIL	https://www.youtube.com/channel/UCq7_KYQFGUiO-7ajWasTQjw	18220	R\$ 145,27
Pinkfong! Kids' Songs & Stories Os Amiguinhos Contos e Historinhas	https://www.youtube.com/user/SmartBooksMedia	15744	R\$ 138,63
Turminha Paraíso	https://www.youtube.com/channel/UCy2Ibjas8-0tw1nGkDkWo5A	17206	R\$ 133,76
	https://www.youtube.com/user/turminhaparaiso	18711	R\$ 133,33
AnimazooVEVO	https://www.youtube.com/user/AnimazooVEVO	19849	R\$ 126,79
Robin's Fun Playtime	https://www.youtube.com/channel/UC9W85sfxvVWrpaR8ow-IEFA	17659	R\$ 120,63
Маша и Медведь	https://www.youtube.com/user/MashaMedvedTV	13102	R\$ 113,64
BARBIE FILMES BR	https://www.youtube.com/channel/UChWJfq0sMKpTpDpp9jsrrkQ	15796	R\$ 113,37
Chaîne de jouets pour enfants	https://www.youtube.com/channel/UCustR5f-R1KVU-jZEgGo3_g	15060	R\$ 110,63
Caillou em Português - WildBrain	https://www.youtube.com/channel/UCxc9Eq3hOuhAbovmyTqBlig	12708	R\$ 110,27
Tia Fê & Tio Samuel	https://www.youtube.com/channel/UCk7QmyQFiUicbhTsWRnlooQ	15192	R\$ 108,47
ماشا و الدب	https://www.youtube.com/channel/UCpm9UA5N0Y9Kv1FJNtnNIJA	13617	R\$ 104,21
Talking Tom and Friends Brasil	https://www.youtube.com/channel/UCY9xIaF8ClS23e0W6nHAMg	12328	R\$ 98,90
	https://www.youtube.com/channel/UCP9MW9ATjUwwulqEYtbp-Mw	12668	R\$ 98,11
نيكيتا وفلاد	https://www.youtube.com/user/dhxkidstvbrasil		
Johnny Test em Português - WildBrain		13352	R\$ 96,06

CD/22239.71019-00

* C D 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *
#xEdit



CPMI – Fake News

Millena e Manu Maia	https://www.youtube.com/channel/UCf7NHjrBm0FIBm8SOet1q4Q	11555	R\$ 95,17
DC Super Hero Girls Brasil	https://www.youtube.com/channel/UCx9HLxTE0PkI5Lld-qXaxvg	11761	R\$ 90,41
Like Nastya	https://www.youtube.com/channel/UCJlp5SjeGSdVdwsfb9Q7IQ	11652	R\$ 89,98
Gallina Pintadita	https://www.youtube.com/user/GallinaPintadita	11273	R\$ 87,47
Maya and Mary [EN]	https://www.youtube.com/channel/UC50vBAtkIUoJF1Wx5q0pmuw	9479	R\$ 85,91
As Meninas Superpoderosas - The Powerpuff Girls	https://www.youtube.com/channel/UCnB03VWWHmgG0SZJ0LK0R6	10629	R\$ 83,94
Sunnyside en Español - Canciones Infantiles	https://www.youtube.com/channel/UCIQj_9SuDYhzMeEbx0VqVuQ	11354	R\$ 83,83
Little Angel: Nursery Rhymes & Kids Songs	https://www.youtube.com/channel/UCNzsYU0aWwjERj-9Y9HUEng	8706	R\$ 83,72
Groovy o Marciano - Portugues e brasileiro	https://www.youtube.com/channel/UCg2Dg8V2S_poe6imZ1hO0Uw	10076	R\$ 82,87
O Diário de Mika	https://www.youtube.com/channel/UCjhEPI7VpQ6WN0xq9XXrn6g	10907	R\$ 82,06
Kinder Spielzeug Kanal	https://www.youtube.com/channel/UCVEDZVtA5NUtjxSXHjtvkag	10244	R\$ 80,43
Smile Toys Review	https://www.youtube.com/channel/UCjZ-Ekz7JDN6GDxwusvSHvg	9579	R\$ 78,44
Oddbods Français	https://www.youtube.com/channel/UC0xfmhDKaxXRZvywOatQyzw	8087	R\$ 70,58
TOTAL		2.984.466	R\$ 22.567,67

VEICULAÇÃO EM CANAIS INAPROPRIDADOS NAS CAMPANHAS ANALISADAS DA SECOM

Na amostra disponibilizada pela SECOM referente ao período de 06 de junho a 13 de julho de 2019, foi possível também observar que um grande considerável de canais que veicularam publicidade do Governo Federal é composto por meios de baixa qualidade, do ponto de vista de mídia



para inserção de publicidade, que se dedicam a difundir notícias sobre jogos de azar ilegais, a desrespeitar os direitos de autor ou de transmissão, que adotam comportamento desinformativo, a anunciar investimentos não-regulamentados, entre outros. Um exemplo notório é do portal Resultados Jogo do Bicho (<http://www.resultadosdobichotemporeal.com.br>), site que mais recebeu publicidade oficial por meio do programa Ads no período analisado (319.082 impressões).

Sites com comportamento desinformativo também atraíram um grande número de impressões de anúncios do Governo Federal. Um dos campeões de veiculação, com 66.431 impressões, foi o “Sempre Questione” (<http://www.semprequestione.com>). O portal, que trazia “matérias” sobre múmias alienígenas escondidas em pirâmides do Egito, colisores de átomos que abrem portais para o inferno e baleias encontradas em fazendas a centenas de quilômetros do litoral, foi deletado em algum momento posterior à publicação dos anúncios do Governo Federal, mas sua classificação como “canal com comportamento desinformativo” foi possível devido ao grande número de matérias sobre ele existentes nos portais de checagem de notícias⁸².

Destaque-se, também, a existência de canais dedicados a promover a imagem do Presidente da República entre os anunciantes do Governo Federal. Nesta categoria, podemos citar o canal de YouTube Bolsonaro TV (<http://youtube.com/channel/UCQnsO3ITUtDQLMaW997qbFA>) e os aplicativos para celular “Brazilian Trump”, “Top Bolsonaro Wallpapers” e “Presidente Jair Bolsonaro”. A veiculação de anúncios, pela SECOM, em canais desse tipo pode gerar questionamento com base no § 1º do art. 37 da Constituição, pois abre a possibilidade de se interpretar tal fato como utilização

⁸² O último registro do site “Sempre Questione” pelo portal Way Back Machine – iniciativa sem fins lucrativos que registra sites de internet e outros artefatos culturais em format digital – ocorreu em 25 de novembro de 2019 e está disponível em <https://web.archive.org/web/20191125090044/http://www.semprequestione.com/>



da publicidade oficial para promoção pessoal, conduta vedada pela Carta Magna.

Detectamos ainda um número considerável de canais de YouTube removidos, possivelmente por possível descumprimento das regras da plataforma que figura entre as plataformas receptoras de anúncios do governo federal.

Ao todo, no período de 06 de junho a 13 de julho de 2019, foram identificadas 1.744.966 impressões de anúncios do Governo Federal em canais de conteúdo inadequado (3,7% das 47.188.047 impressões avaliadas), o que gerou um custo total de R\$ 7.045,92. A tabela 11 traz um resumo dos principais achados acerca das categorias de canais com conteúdo inapropriado que receberam anúncios do Governo Federal no período avaliado.

Tabela 11: Categorias de canais com conteúdo inadequado que publicaram anúncios do Governo Federal entre 06 de junho e 13 de julho de 2019.

Categoria de conteúdo inadequado	Número de canais	Impressões	Custo
Conteúdo sexual	4	27	R\$ 0,00
Desrespeito a direitos de autor ou de transmissão	22	477.495	R\$ 1.177,77
Canais removidos do YouTube por possível descumprimento de diretrizes	742	248.868	R\$ 3.025,23
Jogos de azar ilegais	13	665.472	R\$ 412,65
Comportamento desinformativo	34	316.837	R\$ 2.037,96
Ofertas de investimentos	7	4.092	R\$ 37,25



não regulamentados

Promoção pessoal de autoridades	5	5.222	R\$ 70,28
Titular de cargo eletivo	5	26.953	R\$ 248,78
TOTAL	832	1.744.966	R\$ 7.045,92

Na amostra de período posterior também disponibilizada pela SECOM, que abrange o intervalo entre 11 e 21 de agosto de 2019, também foi possível observar a distribuição de publicidade governamental para canais de baixa qualidade, do ponto de vista de mídia para inserção de publicidade, por meio do programa Google Ads. Contudo, a dimensão desse fenômeno foi consideravelmente inferior à observada no período compreendido entre 06 de junho e 13 de julho de 2019.

A exemplo do que havia sido detectado no período anterior, também foi possível identificar a distribuição de publicidade governamental a sites que se dedicam a difundir notícias sobre jogos de azar ilegais, a desrespeitar os direitos de autor ou de transmissão, que apresentam comportamento desinformativo, a anunciar investimentos não regulamentados, a desrespeitar direitos de autor ou de transmissão, ou que pertencem a titulares de cargo efetivo. Já a inserção de publicidade em canais de conteúdo sexual não foi detectada na amostra do período de 11 a 21 de agosto de 2019.

Destaque-se, novamente, a existência de canais dedicados a promover a imagem do Presidente da República entre os canais que exibiram anúncios do Governo Federal. Nesta categoria, podemos citar outra vez o canal de YouTube Bolsonaro TV (<http://youtube.com/channel/UCQnsO3ITUtDQLMaW997qbFA>) Outros dois canais desta categoria que não integravam a amostra anterior surgiram no período compreendido entre 11 e 21 de agosto de 2019: o aplicativo Jair Bolsonaro: áudios engraçados (disponível em

656



CD/222399.71019-00



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



https://play.google.com/store/apps/details?id=bnctechology.jairbolsonaro_sons

) e o canal de YouTube Bolsonaro News (<http://youtube.com/channel/UCAhHVNdqWJCXWMmB78xmkw>)

Além desses, há um número considerável de canais de YouTube possivelmente removidos por descumprimento das regras da plataforma que figura entre as plataformas receptoras de anúncios do governo federal.

Ao todo, no período de 11 a 21 de agosto de 2019, foram identificadas 469.646 impressões de anúncios do Governo Federal em canais de conteúdo inadequado (0,59% das 79.754.233 impressões avaliadas), a um custo total de R\$ 613,65. A tabela 12 traz um resumo dos principais achados acerca das categorias de canais com conteúdo inapropriado que receberam anúncios do Governo Federal no período avaliado. A tabela 13, por sua vez, traz o somatório dos valores em ambos os períodos observados.

Tabela 12: Categorias de canais com conteúdo inadequado que publicaram anúncios do Governo Federal entre 11 e 21 de agosto de 2019.

Categoria de conteúdo inadequado	Número de canais	Impressões	Custo
Desrespeito a direitos de autor ou de transmissão	42	286.153	R\$ 271,44
Canais removidos do YouTube por possível descumprimento de diretrizes	437	57.363	R\$ 255,47
Jogos de azar ilegais	6	37.097	R\$ 24,44
Comportamento desinformativo	8	84.224	R\$ 50,42



Ofertas de investimentos não regulamentados	8	3.790	R\$ 11,19
Promoção pessoal de autoridades	3	962	R\$ 0,62
Titular de cargo eletivo	1	57	R\$ 0,07
TOTAL	505	469.646	R\$ 613,65



CD/22239.71019-00

Tabela 13: Categorias de canais com conteúdo inadequado que publicaram anúncios do Governo Federal – soma dos períodos de 06 de junho e 13 de julho de 2019 e de 11 a 21 de agosto de 2019

Categoria de conteúdo inadequado	Número de canais⁸³	Impressões	Custo
Conteúdo sexual	4	27	R\$ 0,00
Desrespeito a direitos de autor ou de transmissão	64	763.648	R\$ 1.449,21
Canais removidos do YouTube por possível descumprimento de diretrizes	1.179	306.231	R\$ 3.280,70
Jogos de azar ilegais	19	702.569	R\$ 437,09
Comportamento desinformativo	42	401.061	R\$ 2.088,38
Ofertas de investimentos não regulamentados	15	7.882	R\$ 48,44
Promoção pessoal de	8	6.184	R\$ 70,90

⁸³ Os canais que integram tanto a primeira quanto a segunda amostra estão sendo contados duas vezes.



* C D 2 2 2 3 9 7 1 0 1 9 0 0 *



autoridades

Titular de cargo eletivo	6	27.010	R\$ 284,85
TOTAL	1.337	2.214.612	R\$ 7.659,57

VEICULAÇÃO EM CANAIS INAPROPRIADOS NAS CAMPANHAS ANALISADAS DA ELETROBRAS

Na amostra disponibilizada pela Eletrobrás referente ao período de 1º de maio a 30 de junho de 2019, foi possível observar a destinação de anúncios a canais classificados como inadequados do ponto de vista de mídia para inserção de publicidade de uma empresa estatal. Entre eles, a categoria que mais recebeu anúncios foi a composta por canais com comportamento desinformativo, com 29.689 impressões. A seguir vieram canais que possivelmente violaram políticas do YouTube (24.067), canais mantidos por titulares de cargos eletivos (2.214), destinados a promoção pessoal de autoridade (729) e que desrespeitam direitos de autor ou de transmissão (113).

Ao todo, no período analisado, foram identificadas 56.812 impressões de anúncios da Eletrobrás em canais de conteúdo inadequado. Infelizmente não foi possível avaliar o custo dessas inserções, já que tal informação não foi disponibilizada pela Eletrobrás em sua resposta de solicitação de acesso à informação. Contudo, em comparação com o que foi observado na SECOM, pode-se afirmar que os filtros implementados pela campanha da Eletrobras foram mais efetivos em bloquear o direcionamento de impressões em canais inadequados e que o custo de veiculação nesse tipo de mídia pela estatal foi, provavelmente, irrisório.

A tabela 14 traz um resumo dos principais achados acerca das categorias de canais com conteúdo inapropriado que receberam anúncios da Eletrobrás no período avaliado.



Tabela 14: Categorias de canais com conteúdo inadequado que publicaram anúncios da Eletrobras entre 1º de maio e 30 de junho de 2019.

Categoria de conteúdo inadequado	Impressões	Custo
Conteúdo sexual	0	R\$ 0,00
Desrespeito a direitos de autor ou de transmissão	113	não informado
Canais removidos do YouTube por possível descumprimento de diretrizes	24.067	não informado
Jogos de azar ilegais	0	R\$ 0,00
Comportamento desinformativo	29.689	não informado
Ofertas de investimentos não regulamentados	0	R\$ 0,00
Promoção pessoal de autoridades	729	não informado
Titular de cargo eletivo	2.214	não informado
TOTAL	56.812	não informado

Instada pelas importantes revelações trazidas pelos trabalhos da CPMI das Fake News acerca dos possíveis desvios na publicidade da Eletrobras veiculada por meio do Google Ads, a Controladoria-Geral da União resolveu inserir, em sua auditoria de avaliação da gestão de patrocínios e de publicidade, realizadas nas Centrais Elétricas Brasileiras S.A. (Eletrobras), no ano de 2019, avaliação acerca do uso de mídia programática para a veiculação de peças publicitárias da empresa. No total, na área de serviços de publicidade e propaganda relacionados à Publicidade Institucional, foram examinados pela CGU contratos que totalizaram despesas no valor de R\$ 7.894.127,28 em 2019.



O item 4 do relatório tratou da divulgação da campanha institucional “resultados” em canais de conteúdo inadequado. De acordo com a auditoria da CGU, constatou-se em ao menos dois contratos que não havia cláusulas que abrangessem casos de disseminação de anúncios em sites, blogs, portais e redes sociais que veiculam conteúdo inadequado, de formas a mitigar ou evitar riscos à imagem da estatal. A auditoria também demonstrou que houve veiculação de campanha publicitária “Campanha Institucional Resultados” (mai a jun 2019 – Youtube e GooglePlay), em canais de conteúdo inadequado, nos seguintes montantes:

Categoria de conteúdo inadequado	Número de canais	Impressões	Custo (R\$)
Notícias falsas	16	18.022	355,58
Titular de cargo eletivo	19	2.301	48,37
Desrespeito a direitos de autor ou de transmissão	26	2.247	30,53
Promoção pessoal de autoridades	1	432	10,82
Jogos de azar ilegais	4	138	4,61
Total	66	23.140	449,91

Fonte: CGU - RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO - CENTRAIS ELÉTRICAS BRASILEIRAS S.A. Exercício 2019.

A fonte dos dados utilizados pela CGU, a exemplo da metodologia utilizada pela CPMI das Fake News, foi o relatório de impressões e investimento por canal de veiculação, referente a campanha Resultados (mai a jun 2019 – Youtube e Google Play) da Eletrobras. Além da veiculação em canais inapropriados, a auditoria da CGU também constatou um grande volume de impressões - 28.315 ao todo - em canais identificados como “anonymous.google”, o que impossibilitou a identificação de diversos canais



que receberam publicidade da estatal. Além disso, a CGU identificou que 3.427 canais de YouTube removidos por descumprimento das regras da plataforma figuraram entre as plataformas receptoras de anúncios da Eletrobras.

Para a CGU, a disseminação da campanha da Eletrobras em canais de conteúdo inadequado decorreu da “da fragilidade de controle sobre os reais fornecedores do espaço publicitário”, demonstrando que a empresa não possuía mecanismos suficientes de proteção e responsabilização por eventual veiculação de anúncios em canais de conteúdo inadequado, decorrentes de serviço de mídia programática. O órgão acrescentou ainda que, com a multiplicidade de canais disponíveis na internet para a veiculação de publicidade, muitas vezes as empresas desconhecem onde suas campanhas estão sendo efetivamente veiculadas. Isso decorreria, de acordo com a CGU, da alocação de anúncios realizadas por algoritmos intermediários, como Google AdSense e Facebook Ads, que pode fazer com que, involuntariamente, verbas publicitárias terminem por financiar algum tipo de conteúdo enganoso ou em desacordo com o posicionamento dessas empresas no mercado. Por fim a CGU destacou que a Eletrobras, na situação de empresa estatal, deve orientar sua atividade corporativa e mercantil ao interesse público, evitando a monetização de sites e canais que supostamente desenvolvem atividades antiéticas ou ilegais e, por conseguinte, a prática de desinformação à sociedade.

Além disso, em 13 de julho de 2020, a CGU resolveu estabelecer, por meio da Portaria 1611/2020, grupo de trabalho para a realização de estudos relacionados à mitigação de riscos para a integridade decorrentes da utilização de mídias digitais para veiculação de campanhas publicitárias financiadas com recursos de órgãos e entidades da Administração federal direta e indireta. A instituição do GT foi uma forma de atender a recomendação contida no item 9.3 do Acórdão 1329/2020-TCU-Plenário, da relatoria do Ministro Bruno Dantas, sobre o qual discorreremos mais adiante.



Como resultado do GT, a CGU publicou, em julho de 2022 cartilha “Boas práticas aplicáveis à utilização de mídias digitais pela Administração Pública Federal”, desenvolvida em parceria com a Secretaria Especial de Comunicação Social do Ministério das Comunicações (Secom). Em sua página 10, a cartilha elenca os riscos atrelados à utilização de mídias digitais para a veiculação de publicidade oficial - todos eles já previamente detectados e amplamente debatidos no âmbito da CPMI das fake news. De acordo com o documento da CGU, os principais riscos atrelados à utilização dessas mídias são:

- Fraudes, que seriam um conceito amplo, englobando qualquer vantagem ilícita ou de má-fé que visa a ganhos financeiros. No contexto de entrega de anúncios, uma das fraudes mais comuns seria o tráfego inválido, isto é, visitas ou cliques em um site ou aplicativo que se utiliza de robôs (não humanos) para impactar um anúncio, ou de um site disfarçado de outro para enganar o anunciante no relatório final da campanha;
- Veiculação de conteúdo em contextos nocivos ou inadequados, que seria a associação de marcas a conteúdos indesejados e que possam prejudicar a sua imagem. Contextos nocivos seriam aqueles que envolvem categorias sensíveis de conteúdos, como pornografia, intolerância, notícias falsas, entre outros. Já os contextos inadequados seriam aqueles não necessariamente sensíveis, mas que podem ser considerados inadequados, como associação a conteúdo infantil ou de discussão política.
- Proteção inadequada de dados pessoais, entendida como o acesso e a utilização de dados pessoais em



desacordo com a Lei Geral de Proteção de dados pessoais (Lei nº 13.079/2018).

Já no que concerne às boas práticas para a promoção de *brand safety* e *brand suitability*, o relatório da CGU sugere a adoção de medidas preconizadas por essa CPMI no combate à veiculação de publicidade oficial em canais inadequados. Dentre elas, destacamos:

- atuar perante as agências de publicidade para observância, pelas plataformas de mídia, das listas de locais de divulgação proibidos (blocklist) ou permitidos (wishlist), exigindo meios de verificação e bonificação, caso sejam feitas entregas fora dessas listas;
- atuar perante as agências sobre a definição de análise contextual para controle editorial, permitindo que seja veiculada publicidade em sites de conteúdo dinâmico, mas tendo como objetivo bloquear a veiculação quando o contexto for inadequado à marca; e
- considerar adotar uma régua de conteúdo para Brand Safety e Brand Suitability, usando como exemplo a taxonomia de conteúdo do IAB Tech Lab9 ou da 4A's, bem como, se aplicável, suas atualizações posteriores.

O ACÓRDÃO 2553/2022 DO TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO

Em sessão realizada no dia 23 de novembro de 2022, o Tribunal de Contas da União julgou representação com o objetivo de “avaliar as



despesas com publicidade do Governo Federal, em especial aquelas vinculadas à divulgação da PEC da reforma da Previdência, de forma a identificar se houve a aplicação de recursos públicos no financiamento de campanhas publicitárias em sites e canais que não guardam relação com as matérias divulgadas, ou que desenvolvem atividades antiéticas ou ilegais (como a disseminação de fake news e a prática de jogos de azar) ou se destinam à promoção pessoal do Presidente da República, em clara afronta aos princípios constitucionais da supremacia do interesse público, da legalidade, da impessoalidade e da moralidade.”. O julgamento se referiu ao processo 018.941/2020-6 e teve como relator o ministro Vital do Rêgo.

A representação foi baseada em matéria da Folha de S. Paulo intitulada “Verba publicitária de Bolsonaro Irrigou sites de jogos de azar e de fake news na reforma da Previdência”, de autoria da jornalista Patrícia Campos Mello, publicada em 09 de maio de 2020. As informações, constantes de planilhas enviadas pela Secretaria Especial de Comunicação da Presidência (Secom) por determinação da Controladoria-Geral da União, foram obtidas por meio da Lei de Acesso à Informação, foram avaliadas em profundidade também pela CPMI das Fake News, que desde o início dos seus trabalhos já vinha investigando os mecanismos de monetização de canais de fake news - inclusive aqueles oriundos de ferramentas de mídia programática, tais como o Google Ads.

Em sua manifestação sobre a representação, o Ministro Vital do Rêgo apontou que os fatos relatados eram graves e que era inconcebível a monetização com recursos públicos de mídias que patrocinem atividades ilegais ou delas se aproveitem. Assim, determinou cautelarmente ao Ministério das Comunicações que fizesse cessar, de imediato, o direcionamento de recursos de campanhas publicitárias do Governo Federal, quaisquer que fossem, para plataformas/canais/mídias cuja audiência ou público-alvo sejam estranhos ao que se pretende comunicar, ou ainda que se



relacionem a atividades ilegais, até que o Tribunal deliberasse, no mérito, acerca da matéria.

Assim, o TCU, após análise da matéria, chegou ao seguinte acórdão:

ACÓRDÃO

VISTOS, relatados e discutidos estes autos de representação de autoria do Subprocurador-Geral do Ministério Público junto ao TCU, Dr. Lucas Rocha Furtado, em que noticia diversos indícios de irregularidades na veiculação de campanhas publicitárias do Governo Federal, em especial aquelas relacionadas à divulgação da PEC da Reforma da Previdência;

ACORDAM os Ministros do Tribunal de Contas da União, reunidos em Sessão de Plenário e diante das razões expostas pelo Relator, em:

9.1. conhecer da presente representação, uma vez que satisfeitos os requisitos de ingresso previstos no art. 237, inciso III, c/c art. 235 do RITCU, para, no mérito, considerá-la procedente;

9.2. revogar parcialmente a medida cautelar que integra a letra "b" do Despacho de peça 13, referendada pelo Plenário desta Corte de Contas mediante Acórdão 1848/2020-TCU-Plenário e modificada pelo Acórdão 2132/2020-TCU-Plenário, para tornar sem efeito a proibição endereçada ao Ministério das Comunicações, nos contratos sob sua responsabilidade, de direcionar recursos de campanhas publicitárias para mídias e plataformas cujas audiências sejam estranhas ao que se pretende comunicar;

9.3. nos termos do art. 250, inciso II, do RITCU, determinar ao Ministério das Comunicações que:

9.3.1. faça cessar, nos contratos sob sua responsabilidade, o direcionamento de recursos de campanhas publicitárias do Governo Federal para plataformas/canais/mídias que se relacionem a atividades ilegais, tornando definitiva a parte da cautelar concedida pelo subitem 9.1, letra "b", do Acórdão 2132/2020-TCU-Plenário que tratou da referida proibição;



9.3.2. no prazo de trinta dias, seja expedida orientação a todos os órgãos e entidades da Administração Pública Federal direta e indireta para que, nos contratos por eles celebrados com agências de publicidade, sejam previstas cláusulas que incentivem a identificação e o combate a veiculação de campanhas publicitárias em mídias digitais associadas a fake news, considerando para tanto, entre outras, a possibilidade de parametrização dos atributos da campanha, caso a comunicação se dê pela utilização do Google AdSense, de sorte a, por exemplo, excluir a veiculação em mídias digitais que mencionem determinadas palavras-chave a serem selecionadas levando em conta as notícias já identificadas como falsas no "Painel de Checagem de Fake News" organizado pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ) ;

9.4. determinar ao Ministério da Comunicações, nos termos do art. 5º da Resolução TCU 315/2020, que, no prazo de 90 (noventa) dias, defina diretrizes/e ou instrumento normativo com orientações e definições de responsabilidades no acompanhamento dos contratos firmados com agências de publicidade, em especial quanto à aderência dos sites que veiculam anúncios de campanhas aos critérios definidos pela administração.

9.5. indeferir o pedido de admissão no processo na condição de amicus curiae feito pela Associação Brasileira de Agentes Digitais;

9.6. notificar da presente decisão o Representante, a Secretaria Especial de Comunicação Social, o Ministério das Comunicações, a Advocacia-Geral da União, a Secretaria-Geral da Presidência da República, o Supremo Tribunal Federal, o Ministério Público Federal e a Associação Brasileira de Agentes Digitais;

9.7. encaminhar cópia da presente decisão à Controladoria-Geral da União e à Casa-Civil, como subsídio para o cumprimento da recomendação de que trata o item 9.3 do Acórdão 1329/2020-TCU-Plenário;

9.8. determinar à Segecex a criação de grupo de trabalho (GT) com vistas a estudar a legalidade da contratação pela administração pública de programas de publicidade online do tipo Google Ads, Yahoo Bing Network, Media.net, dentre outros, para veicular publicidade institucional e de utilidade pública, bem como



levantar os riscos envolvidos nesse tipo de contratação e possíveis instrumentos de controle, encaminhando o relatório, no prazo de 90 (noventa) dias, ao gabinete do Relator.

A PROIBIÇÃO DA MONETIZAÇÃO DE CANAIS DE TITULARES DE CARGO ELETIVO NA CÂMARA E NO SENADO FEDERAL

Tão logo a CPMI das Fake News revelou os dados referentes à monetização de canais nas campanhas da Secom veiculadas por meio do Google Ads, a Câmara dos Deputados estabeleceu regra proibindo a utilização de recursos públicos, por parlamentares, para a produção e veiculação de conteúdo por meio de canais monetizados. Tal medida foi colocada em prática por meio do Ato da Mesa 133, de 22 de julho de 2020, por meio do qual a casa estabeleceu que não seria objeto de reembolso despesa com contratação de serviços utilizados em benefício de contas em aplicações de internet que resultem em receita de qualquer espécie em favor do respectivo parlamentar ou de terceiros.

Tratou-se de uma medida essencial e moralizadora, que dali em diante impediu que parlamentares utilizem verbas de suas cotas parlamentares para a contratação de serviços que gerem monetização de canais em redes sociais e, por conseguinte, terminem por possibilitar a coleta de benefícios monetários privados gerados por meio da aplicação de verbas públicas. De fato, os dados trazidos à tona pela CPMI mostraram uma prática que fere diversos princípios da administração pública. Esse foi também o entendimento, por exemplo, do Ministério Público junto ao Tribunal de Contas da União (TCU), que solicitou a abertura de procedimento investigativo acerca da utilização da cota parlamentar para a criação e gerenciamento de canais monetizados no YouTube. Na ocasião, o subprocurador-geral do MP-TCU, Lucas Rocha Furtado, enalteceu que o caso não se configurava apenas como um exemplo de mau uso de dinheiro público, mas também como uma forma de utilização ilegal de poder de influência por meios telemáticos.



O caso também repercutiu na imprensa. O jornal O Estado de S. Paulo, por exemplo, descobriu que deputados de diversas matizes políticas haviam recorrido a empresas contratadas com recursos da cota parlamentar para a administração de canais monetizados no Youtube. Em uma investigação própria, a publicação chegou a conclusões similares às que surgiram ao longo da investigação posta em prática pela CPMI das Fake News. Segundo o Estadão, ao menos sete parlamentares recebiam verbas de monetização de seus canais privados no YouTube, havendo contratos vigentes de administração de conteúdo entre esses parlamentares e empresas privadas e pagamento por meio de verbas da cota parlamentar.

Importante ressaltar também que o Deputado Orlando Silva, em versões recentes de substitutivo por ele apresentado ao PL 2630/2020 - popularmente conhecido como PL das Fake News - inseriu no texto a ser apreciado pela Câmara dos Deputados dispositivo que prevê a proibição, a detentores de cargo eletivo, a monetização de perfis em plataformas de internet. Assim, a regra atualmente vigente na Câmara dos Deputados passaria a ter abrangência ampla, valendo para os poderes Executivo e Legislativo da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

A DESINFORMAÇÃO SOBRE A PANDEMIA DA COVID-19

Com a chegada da pandemia da Covid-19 ao Brasil, os trabalhos da CPMI das Fake News terminaram por serem paralisados, devido à impossibilidade de realização de reuniões presenciais. Ainda que tal fato tenha limitado significativamente as atividades de investigação que vinham sendo levadas a cabo pelo colegiado, isso não significou uma interrupção completa das atividades. Ao mesmo tempo, emergiu um fenômeno específico no universo da desinformação: a disseminação de notícias falsas acerca da



pandemia da Covid-19, com impactos extremamente deletérios ao combate à doença.

Enquanto isso, havia uma notável e imperdoável inação do Governo Federal em relação às políticas de combate à pandemia. Assim, frente a um grande volume de denúncias envolvendo a má gestão governamental sobre o tema, o Senado Federal instituiu a CPI da Pandemia, por meio dos Requerimentos nos 1.371 e 1.372, de 2021, com a finalidade de apurar as ações e omissões do Governo Federal no enfrentamento da Pandemia da Covid-19 no Brasil e, em especial, no agravamento da crise sanitária no Amazonas com a ausência de oxigênio para os pacientes internados; e as possíveis irregularidades em contratos, fraudes em licitações, superfaturamentos, desvio de recursos públicos, assinatura de contratos com empresas de fachada para prestação de serviços genéricos ou fictícios, entre outros ilícitos, se valendo para isso de recursos originados da União Federal, bem como outras ações ou omissões cometidas por administradores públicos federais, estaduais e municipais, no trato com a coisa pública, durante a vigência da calamidade originada pela Pandemia do Coronavírus "SARS-CoV-2".

Desse modo, com vistas a colaborar com essa importante atividade parlamentar posta em prática pelo Senado, que não apenas revelou diversos deslizes do Governo Federal no enfrentamento da Pandemia da Covid-19 no Brasil como contribuiu significativamente para corrigir os rumos de políticas públicas em aplicação sobre o tema - o que certamente redundou em muitas vidas salvas - a CPMI das Fake News envidou todos os esforços possíveis para contribuir com as atividades de investigação em curso.

No relatório final da CPI da Pandemia, há um capítulo inteiro dedicado à "desinformação na pandemia (*fake news*). E, como poderemos ver nas páginas seguintes, as confluências entre o que a CPMI das Fake News vinha investigando e os achados da CPI da Pandemia acerca da



desinformação disseminada sobre a Covid-19 são bastante evidentes. Dentre elas, destacamos:

- omissão do governo federal no combate à disseminação de informações falsas;
- participação efetiva do presidente da República, seus filhos e o primeiro escalão do governo na criação e disseminação de informações falsas;
- o uso de estrutura governamental para promover declarações falsas do presidente;
- suporte a comunicadores que propaga notícias e informações falsas sobre a covid 19.

Em relação ao núcleo formulador das notícias falsas acerca da Covid-19, o relatório da CPI da pandemia aponta em destaque muitos dos mesmos atores já evidenciados ao longo dos trabalhos da CPMI das Fake News, com destaque para o Presidente da República, seus filhos que ocupam cargos políticos: o Senador Flávio Bolsonaro, o Deputado Federal Eduardo Bolsonaro e o Vereador do Rio de Janeiro Carlos Bolsonaro. Também foram destacados servidores comissionados que atuam no Palácio do Planalto, que na CPMI das Fake News ficaram popularmente conhecidos como "Gabinete do Ódio". Destacam-se, nessas atividades de formulação de notícias falsas, os assessores Filipe Martins, Felipe Mateus, Mateus Diniz, José Matheus e Tercio Arnaud. E exatamente como apontaram os trabalhos da CPMI das Fake News, o relatório da CPI da Pandemia destacou que suas investigações apontaram esse núcleo formulador de fake news como determinante na engrenagem criada para desinformar.

Outro ponto de confluência entre ambas as instâncias investigativas está na identificação dos membros e de mecanismos do núcleo de produção e disseminação de fake news. Tanto a CPMI das Fake News quanto a CPI da Covid-19 identificaram três grupos principais nessa categoria: influenciadores sociais, veículos de mídia organizados e perfis anônimos. Em



comum entre esses três, o sensacionalismo, o antiprofissionalismo, a falta de ética, a busca ilimitada por audiências e o interesse em auferir ganhos financeiros, especialmente por meio da monetização de conteúdos virais. Dentre os principais veiculadores de desinformação acerca da Covid-19 apontados no relatório da CPI da Pandemia, vários atores já eram há muito conhecidos da CPI das Fake News, a saber: Crítica Nacional, Estudos Nacionais, Jornal da Cidade Online, Senso Incomum, Terça Livre, Brasil Paralelo, Conexão Política, Renova Mídia, República de Curitiba, Folha Política, Brasil Sem Medo e Verdade dos Fatos. Estes, contudo, são apenas alguns dos muitos canais propagadores de Fake News identificados por ambos os colegiados.

O relatório da CPI da Pandemia ressaltou ainda que, em razão da grande quantidade de visualizações de suas publicações, esses canais auferiram expressivos ganhos financeiros - especialmente com base na monetização de conteúdos por meio de mídias programáticas. Como demonstramos também neste relatório da CPMI das Fake News, houve, inclusive, a veiculação de anúncios da Secom e da Eletrobrás em quase todos esses canais, fazendo com que parte das receitas auferidas por canais de desinformação tenha sido oriunda de publicidade governamental.

A CPI da pandemia levantou ainda dados obtidos pelo Ministério Público Federal junto ao Google Ads que demonstram que alguns canais do Youtube com conteúdo desinformativo receberam cerca de US\$ 1,1 milhão em monetização de vídeos na plataforma. Na tabela abaixo reproduzimos alguns dos dados elencados no relatório:

PERFIL	Volume monetizado (em US\$)
Folha Política	486.321,42



TV Direita News - Marcelo Frazão	4.039,16
Oswaldo Eustáquio	3.345,78
Ravox Brasil - Adilson Dini	25.650,87
Vlog do Lisboa	87.012,29
Universo - Roberto Boni	32.120,43

Vale ressaltar que esses canais constam dos relatórios obtidos pela CPI das Fake News referentes a anúncios oficiais da Secom e da Eletrobras veiculados por meio da plataforma Google Ads - o que demonstra, portanto, que parte da monetização de conteúdo de desinformação foi obtida por meio de verbas públicas destinadas à compra de mídia para a veiculação de publicidade oficial. Desse modo, é preciso aprofundar as investigações sobre esse fenômeno, de modo a descobrir se outras publicidades de entes da administração pública direta e indireta, incluindo empresas públicas e sociedades de economia mista, foram veiculadas por meio de canais disseminadores de desinformação.

Por fim, despertou grande preocupação de ambos os colegiados o uso de recursos da administração pública federal para a disseminação de informações acerca da pandemia de Covid-19. O relatório da CPI da Pandemia cita, como um dos exemplos, o seguinte tuíte veiculado pela Secom em 24 de agosto de 2020, no qual se defendia o tratamento precoce, a despeito da sua ineficácia:





SecomVc 
@secomvc

...

Não tivesse sido politizado de maneira irresponsável, o tratamento precoce da Covid-19, com os medicamentos indicados para isso, teria salvado muitas vidas. É o que o Presidente e Governo buscam desde sempre.

[Translate Tweet](#)



4:55 PM · Aug 24, 2020

Além desse post, destacamos outro tuíte, do Ministério da Saúde, realizado em 12 de janeiro de 2021 que, igualmente, promovia o denominado “tratamento precoce”, a despeito da sua comprovada eficácia. Chama a atenção o jogo de palavras usado pelo Ministério da Saúde, que tentou gerar uma dúvida interpretativa acerca do “tratamento precoce”, que pode ser entendido tanto como o uso de medicamentos ineficazes quanto o início rápido do tratamento, logo que surgem os sintomas. Essa dubiedade proposital, contudo, não foi suficiente para evitar a sinalização da postagem por estar disseminando informação sem acurácia e potencialmente perigosa.





Ministério da Saúde ✓

@minsaude

This Tweet violated the Twitter Rules about spreading misleading and potentially harmful information related to COVID-19. However, Twitter has determined that it may be in the public's interest for the Tweet to remain accessible. [Learn more](#)

Para combater a Covid-19, a orientação é não esperar. Quanto mais cedo começar o tratamento, maiores as chances de recuperação. Então, fique atento! Ao apresentar sintomas da Covid-19, [#NãoEspere](#), procure uma Unidade de Saúde e solicite o tratamento precoce.

[Translate Tweet](#)



10:01 PM · Jan 12, 2021

Importante, portanto, aprofundar as investigações sobre essa utilização dos meios de comunicação públicos para a disseminação de



CD/22239.71019-00



desinformação acerca da pandemia de Covid-19. Em relação ao tuíte do Ministério da Saúde acima reproduzido, por exemplo, dados estatísticos oferecidos pelo próprio Ministério da Saúde por meio da Lei de Acesso à Informação mostraram que o conteúdo impróprio havia sido impresso mais de 140 mil vezes, ainda em abril de 2021. Em análises futuras, portanto, é importante quantificar o volume exato de impressões de cada um dos conteúdos desinformativos publicados pela administração pública federal, algo importante para a estimativa dos impactos deletérios desse tipo de postagem para o espalhamento de informações falsas acerca da pandemia.

CONCLUSÕES E FUTURAS DILIGÊNCIAS

Nesta análise, foi possível comprovar a existência de inserção de publicidade em canais com comportamento desinformativo, incluindo diversos que já vêm sendo monitorados pela CPMI e/ou pelo STF. Além disso, ao somarmos os valores obtidos das campanhas do Google Ads da SECOM e da Eletrobras, é possível concluir que um volume significativo de impressões de anúncios do Governo Federal, de empresas estatais e de entes paraestatais está sendo destinado a canais inadequados.

Com base em uma amostra apenas parcial, que possivelmente não inclui os dados completos da SECOM; que não integra informações do Banco do Brasil – empresa que é um dos maiores anunciantes do país e que se nega terminantemente a liberar seus dados de publicidade por meio de mídia programática -; e que tampouco abarca as informações do SESI e do SENAI – entidades que também impediram o acesso aos seus dados sobre investimentos em mídias programáticas -; foi possível identificar alguns milhões de impressões em sites, canais de YouTube e aplicativos de celular considerados inadequados por essa relatora.

O custo total estimado dessas impressões foi de R\$ 83,8 mil reais - não foi possível chegar a um valor preciso porque os dados



fornecidos pela Eletrobras continham apenas o número de impressões, sem indicação dos valores despendidos nas inserções. Se, por um lado, o prejuízo financeiro não parece ser tão volumoso – embora qualquer centavo do cidadão precise ser gasto com o máximo de parcimônia possível -, por outro os prejuízos para a imagem do Governo Federal, das empresas estatais e dos entes paraestatais ao ter suas peças publicitárias veiculadas em canais inadequados é considerável. Além disso, a utilização de verbas de publicidade – sejam elas públicas ou privadas – na monetização de canais que difundem conteúdos nocivos dos mais diversos é, por certo, maléfica ao interesse público, na medida em que contribui para o financiamento de uma verdadeira indústria baseada no ódio e na mentira.

Especificamente na categoria “comportamento desinformativo”, destacam-se como maiores receptores de anúncios dos entes públicos ou paraestatais avaliados o Vlog do Lisboa; o Foco do Brasil ; o QUESTIONE-SE e o DESPERTE. – Thiago Lima . Levando-se em conta que, em 6 de agosto de 2020, esses canais, em conjunto, tinham 3,76 milhões de inscritos e acumulavam mais de 173,2 milhões de visualizações de vídeos, é possível se vislumbrar como a disseminação de conteúdos nocivos foi um negócio muito lucrativo para alguns – e seguirá sendo para aqueles que, ao contrário dos canais QUESTIONE-SE e DESPERTE. – Thiago Lima, continuam monetizados.

Também podemos concluir que a utilização das ferramentas de mídia programática, incluindo o Google Ads, apresentam alguns potenciais problemas para a publicidade do Governo Federal, de empresas estatais e de entidades paraestatais - conclusões essas corroboradas por órgãos como a CGU e o TCU. Isso ocorre porque as limitações legais e morais impostas à publicidade desses entes são mais restritivas do que aquelas observadas no setor privado. Assim, caso não sejam implementados filtros adequados para impedir a distribuição de anúncios desses entes a canais inadequados, os algoritmos dessas plataformas de



as informações que têm sido negadas àqueles que a requerem por meio dos canais de transparência governamental.

CONCLUSÕES DA RELATORA

A CPMI contou com a excelente condução por parte da Presidente do colegiado, Senador Angelo Coronel, que procurou colocar em pauta, da forma mais abrangente possível, todos os aspectos que envolvem a prática de fake news, assim como soube de maneira extremamente hábil colocar em discussão, de maneira imparcial, os três eixos temáticos em que foi dividida esta CPMI.

No curso dos inquéritos esta CPMI realizou dezenas de oitivas e ouviu depoimentos de convidados e convocados do mais alto gabarito. Prestaram contribuições e esclarecimentos autoridades regulatórias, de investigação das polícias Estaduais e Federal, dos Ministérios Públicos Estaduais e Federal, assim como entidades diversas, tais como de defesa de crianças e adolescentes, de representação de classe e de defesa do consumidor. Também foram ouvidos especialistas em diversas áreas do direito, principalmente na incipiente área do direito digital.

Com base nesses depoimentos, conseguimos realizar uma proveitosa fase de instrução nesta CPMI que nos permitiu fazer um *raio-X* pormenorizado do setor, entendendo o papel de cada instituição nessa infindável cadeia de valores em que se traduz a internet.

Como era o objetivo desta CPMI, fomos instruídos nas práticas nefastas de *fake News* que ocorrem e, infelizmente, continuam ocorrendo no País e verificamos, através dos depoimentos e das investigações, as agruras pelas que passam as vítimas e, também, as autoridades de investigação. Soou uníssono nos depoimentos a necessidade de melhorar alguns tipos penais, certos dispositivos legais, procedimentos de investigação,



o aparelhamento de nossas autoridades de investigação e, também, a educação dos internautas.

Infelizmente, os trabalhos da CPMI das fake news foram profundamente impactados pela pandemia da Covid-19. Em março de 2020, quando estávamos em um momento crucial dos trabalhos, no qual já havíamos realizado importantes oitivas e avançado consideravelmente nos trabalhos de investigação, nos vimos obrigados a suspender todas as reuniões presenciais do colegiado. Frente à novidade da situação, e tendo a CPMI sendo instalada em momento anterior à pandemia, durante o qual inexistiam regulamentos sobre a realização de sessões remotas, restou-nos impossível seguir com suas atividades. Ainda assim, o rico material colhido previamente tornou possível uma atuação significativa do colegiado no combate às fake news, por diversos outros meios. Além disso, iniciativas das mais diversas instâncias, que incluem os Poderes da República, a sociedade civil organizada, provedores de aplicações de internet e a imprensa, entre outras, puderam se valer desse material para subsidiar inúmeras iniciativas que se provaram extremamente eficazes no combate às fake news no Brasil.

Destaco, inicialmente, as revelações bombásticas trazidas na oitiva do Deputado Alexandre Frota logo no início dos trabalhos da CPMI, em oitiva realizada em 30 de outubro de 2019. O parlamentar, na ocasião, revelou que diversos perfis propagadores de notícias falsas e de discursos de ódio eram mantidos por assessores de políticos eleitos, alguns da própria Câmara dos Deputados - “verdadeiros milicianos digitais travestidos de assessores parlamentares ou de assessores especiais da Presidência da República”, em suas palavras. Foi também durante a fala do Deputado Alexandre Frota que se fez um dos primeiros registros oficiais do “gabinete do ódio”, formado por ocupantes de cargos públicos de livre provimento que mantinham perfis oficiais e perfis fakes destinados à propagação de notícias falsas e de discursos de ódio.



Apenas alguns dias depois, em 05 de novembro de 2019, o Brasil foi apresentado a um personagem central na disseminação de notícias falsas: o influenciador Allan dos Santos, hoje foragido da Justiça. Ainda que o depoente tenha se recusado a responder diversos questionamentos e tenha adotado uma postura desafiadora e impertinente em relação ao colegiado, o evento foi fundamental para o entendimento das engrenagens contidas na produção e disseminação de fake news no Brasil. Foi em parte graças às informações colhidas por meio da oitiva do Sr. Allan dos Santos que foi possível, por exemplo, entender o modelo híbrido de financiamento das fake news, que envolvia primordialmente monetização de conteúdos, doações e financiamento por figuras ocultas.

Tocante foi o depoimento da Deputada Joice Hasselmann realizado em 04 de dezembro de 2019, em um momento em que a parlamentar sofria pesados ataques à sua honra proferidos por uma vasta gangue de propagadores de notícias falsas, discursos de ódio e assassinatos de reputação. Mas, ainda que na condição de vítima de uma sórdida campanha de perseguição, a Deputada Joice Hasselman foi capaz de encontrar forças para não apenas apresentar um depoimento repleto de informações como para apresentar ao colegiado um rico dossiê contendo informações fundamentais sobre o *modus operandi* das máquinas de fake news no País.

Outra contribuição importante da CPMI foi para o desbaratamento de uma rede de disparos em massa ilegais, que havia atuado de maneira muito forte e evidente durante as eleições de 2018. Um dos primeiros relatos de disparos em massa via WhatsApp foi feito pela jornalista Patrícia Campos Mello, em matéria publicada pelo jornal Folha de S. Paulo em 18 de outubro de 2018. Posteriormente, em 2 de dezembro de 2018, o jornal publicou uma nova matéria de Campos Mello, revelando que os disparos em massa via WhatsApp na eleição haviam sido viabilizados por meio do uso fraudulento de nome e CPF de idosos para registrar chips de celular. As oitivas realizadas com donos dessas empresas e com um ex-funcionário de uma



delas, Hans River do Rio Nascimento, foram fundamentais não apenas para confirmar a veracidade e acurácia das informações publicadas na imprensa, como para ampliar significativamente o conhecimento sobre as práticas de disparo em massa irregulares. Além disso, o trabalho de investigação da CPMI permitiu o acesso a parte do banco de dados de CPFs utilizados por uma das empresas responsáveis pelos disparos em massa, permitindo-se assim confirmar, de maneira imediata, a utilização fraudulenta de informações privadas de idosos no registro fraudulento de chips de celulares e de contas de WhatsApp.

Já após a interrupção dos trabalhos da CPMI e em plena pandemia da Covid-19, o Facebook, em 08 de julho de 2020, anunciou a derrubada de uma rede de contas, páginas e grupos com comportamento inautêntico. A investigação foi conduzida pelo próprio Facebook e pelo Digital Forensic Research Lab (DFRLab) - laboratório da entidade Atlantic Council responsável por pesquisas acerca do ambiente da desinformação e de desrespeito aos direitos humanos na rede mundial de computadores. Parte importante das informações utilizadas pelo DFRLab em seu relatório teve origem nos trabalhos da CPMI das fake news - incluindo a vasta rede administrada pelo gabinete do ódio. No total, o Facebook derrubou 87 canais - 33 contas, 14 páginas e 1 grupo do Facebook, além de 38 contas do Instagram.

Outra conquista da CPMI foi uma readequação completa das políticas para a utilização de mídia programática pelos órgãos do Governo Federal na publicação de anúncios públicos na internet - fruto de um trabalho de investigação levado a cabo pelo colegiado sobre a utilização do Google Ads na veiculação de anúncios da Secom e da Eletrobras. Em 11 de novembro de 2019, foram solicitados à Secom, por meio da Lei de Acesso à Informação, relatórios de canais nos quais os anúncios do Governo Federal contratados por meio da plataforma Google Ads foram exibidos, para o período de 1o. de janeiro de 2019 a 10 de novembro de 2019.



De posse de tais relatórios - entregues apenas mais de cinco meses depois, devido a uma decisão em última instância administrativa da CGU - foi possível avaliar, com precisão, para quais canais a publicidade governamental da Secom estava sendo direcionada. Posteriormente, o mesmo pode ser avaliado quanto à publicidade da Eletrobras veiculada por meio do Google Ads. E o que se descobriu foi que uma parte significativa da publicidade governamental contratada por meio do Google estava sendo exibida em canais inapropriados, tais como de conteúdo sexual, de jogos de azar ilegais, com comportamento desinformativo ou até mesmo destinados à promoção pessoal de autoridades, incluindo o Presidente da República.

Instada pelas descobertas da CPMI, a CGU resolveu estabelecer, por meio da Portaria 1611/2020, grupo de trabalho para a realização de estudos relacionados à mitigação de riscos para a integridade decorrentes da utilização de mídias digitais para veiculação de campanhas publicitárias financiadas com recursos de órgãos e entidades da Administração federal direta e indireta. Um dos resultados foi a publicação pela CGU, em julho de 2022, da cartilha “Boas práticas aplicáveis à utilização de mídias digitais pela Administração Pública Federal”, desenvolvida em parceria com a Secom. Por meio do documento, a CGU estabelece uma série de recomendações que visam, primordialmente, sanar os diversos problemas apontados pela CPMI das fake news ao longo de seus trabalhos.

Um pouco mais recente, de 23 de novembro de 2022, é a decisão do TCU no acórdão 2553/2022, que determinou, entre outros, que se fizesse cessar, nos contratos sob responsabilidade da Secom, “o direcionamento de recursos de campanhas publicitárias do Governo Federal para plataformas/canais/mídias que se relacionem a atividades ilegais”. O tribunal de contas também determinou que fosse expedida “orientação a todos os órgãos e entidades da Administração Pública Federal direta e indireta para que, nos contratos por eles celebrados com agências de publicidade, sejam previstas cláusulas que incentivem a identificação e o combate a veiculação de



campanhas publicitárias em mídias digitais associadas a fake news, considerando para tanto, entre outras, a possibilidade de parametrização dos atributos da campanha, caso a comunicação se dê pela utilização do Google AdSense, de sorte a, por exemplo, excluir a veiculação em mídias digitais que mencionem determinadas palavras-chave a serem selecionadas levando em conta as notícias já identificadas como falsas no "Painel de Checagem de Fake News" organizado pelo Conselho Nacional de Justiça".

Outro efeito importante gerado pela CPMI, este de efeito mais interno ao Poder Legislativo, foi a proibição da monetização de canais de titulares de cargos eletivos na Câmara e no Senado Federal. As investigações realizadas pela CPMI mostraram que alguns canais de deputados e de senadores eram monetizados, em especial no YouTube, sendo que muitos deles utilizavam estrutura pública para a produção dos conteúdos. Como se não bastasse, vários desses canais estavam recebendo monetização por meio de publicidade governamental, o que tornava a situação duplamente antiética: parlamentares estavam lucrando com conteúdos produzidos por meio da utilização de recursos públicos e, além disso, recebiam verbas oridundas de publicidade governamental. Desse modo, a Câmara dos Deputados estabeleceu, por meio do Ato da Mesa 133, de 22 de julho de 2020, que não seria objeto de reembolso despesa com contratação de serviços utilizados em benefício de contas em aplicações de internet que resultem em receita de qualquer espécie em favor do respectivo parlamentar ou de terceiros. Medida similar, e de mesmos efeitos, também foi adotada no Senado Federal.

Destacamos, ainda, um fenômeno específico surgido a partir do início de 2020 no Brasil: a disseminação de desinformação acerca da Covid-19. Esse foi um tema investigado com afinco pela CPI da Pandemia, ocorrida no Senado Federal. E o que se descobriu foi uma rede de desinformação sobre a doença que não apenas continha todos os elementos já revelados pela CPMI das fake news, como envolvia muitos dos mesmos autores já identificados em nossos trabalhos de investigação. Tanto a CPMI



das Fake News quanto a CPI da Covid-19 identificaram três grupos principais nessa categoria: influenciadores sociais, veículos de mídia organizados e perfis anônimos. Em comum entre esses três, o sensacionalismo, o antiprofissionalismo, a falta de ética, a busca ilimitada por audiências e o interesse em auferir ganhos financeiros, especialmente por meio da monetização de conteúdos virais.

Fica evidente que, mesmo com a interrupção de seus trabalhos devido à pandemia da Covid-19, a CPMI das fake news foi capaz de gerar importantes impactos positivos no combate às notícias falsas e à propagação de discursos de ódio. Conscientes estamos, contudo, de que muito ainda precisa ser feito no combate a essas chagas que ameaçaram e continuam ameaçando a democracia brasileira. Exatamente agora, após a realização de uma eleição segura, democrática e de lisura inquestionável, presenciamos a utilização intensa de redes de notícias falsas com fins claramente golpistas e antidemocráticos.

Mas, felizmente, o tema das fake news não tem passado despercebido dos Poderes da República. Pelo contrário, na esfera federal, Legislativo, Judiciário e até mesmo o Executivo - este último apesar dos pesares - tem se empenhado sobremaneira no combate à disseminação de informações falsas. Porque, ao fim e ao cabo, a luta não é apenas contra a desinformação. É, antes de mais nada, contra a ignorância, contra o golpismo, contra o ódio e, antes de mais nada, contra os ideais autoritários e antidemocráticos. Nas palavras do ministro Alexandre de Moraes, em seu discurso durante diplomação do presidente eleito Lula:

“Fruto de um pensamento antidemocrático e extremista, a utilização em massa das redes sociais foi subvertida para disseminar a “desinformação”, o discurso de ódio, as notícias fraudulentas, as fake News. A utilização das redes sociais



como instrumento democrático de acesso a livre manifestação de pensamento – surgido principalmente nas famosas “primaveras democráticas” – foi desvirtuada por extremistas, no intuito de desacreditar as notícias veiculadas pela mídia tradicional. Os extremistas criminosos atacam a mídia tradicional para, desacreditando-a, substituir o livre debate de ideias garantido pela liberdade de expressão e pela liberdade de imprensa por suas mentiras autoritárias e discriminatórias.”

A luta das autoridades constituídas, da imprensa, da sociedade e de todos os que defendem os ideais democráticos, portanto, deve ser pela informação contra a desinformação. Pela verdade contra a mentira. Pelo amor contra o ódio. Pela liberdade contra o autoritarismo. Foram estas as lutas que assumimos ao longo de toda a nossa vida pública, e assim nos pautamos ao longo dos trabalhos da CPMI das fake news. Mas, não é demais repetir, trata-se de uma missão ainda em andamento. E é isto o que apresentamos, neste relatório, à sociedade brasileira: o resultado de uma investigação que não é apenas a conclusão de um longo trabalho parlamentar, mas o início de outras duras, mas por certo gratificantes ações no combate à disseminação de notícias falsas e de discursos de ódio.

