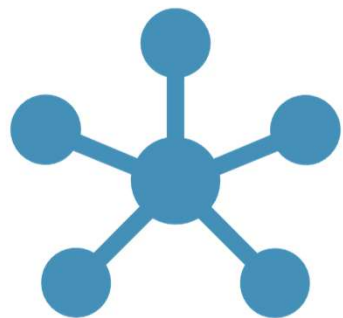


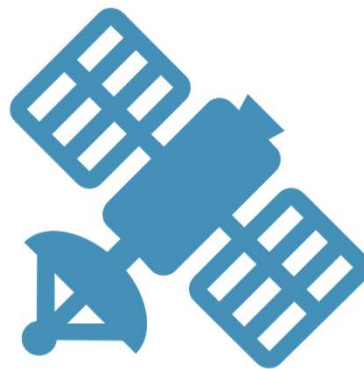


DIREITO DIGITAL, MÍDIAS SOCIAIS E SEGURANÇA NO PROCESSO ELETRÔNICO DE VOTAÇÃO

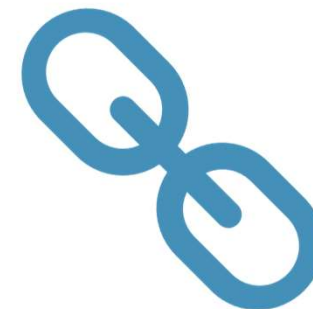
BRUNO ANDRADE



Meios de comunicação e o
Direito Eleitoral



As regras eleitorais adaptadas
ao contexto da internet



Modalidades de propaganda
na internet

AGENDA AULA I

MEIOS DE COMUNICAÇÃO E O DIREITO ELEITORAL

- Conceito de propaganda
 - Processo comunicativo concebido com o fim específico de modular a percepção da audiência.

[...]

No terreno específico da política, a propaganda ressaí concebida como um conjunto de declarações acerca de políticas ou ações de governo emitidas com o propósito de persuadir os cidadãos a encará-las como boas ou corretas.

Frederico Franco Alvim. Dicionário das Eleições.

MEIOS DE COMUNICAÇÃO E O DIREITO ELEITORAL

- Um para muitos
 - 1ª Geração – jornais impressos e palanques e espaço público
 - 2ª Geração – Rádio e televisão
- Alguns para muitos
 - 3ª Geração – Internet 1.0
- Muitos para muitos
 - 4ª Geração – Internet 2.0 em diante

AS REGRAS ELEITORAIS ADAPTADAS AO CONTEXTO DA INTERNET

- Antes da Lei 12.034/2009
 - Apenas no site do candidato específico para a campanha e comunicado à Justiça Eleitoral
- Entre 2009 e 2017
 - Sites do candidato e do partido
 - Mensagens eletrônicas – cadastro gratuito
 - Blogs, redes sociais e sites de mensagens por candidatos, partidos e pessoas naturais
- Após a Lei 13.488/2017
 - Permite impulsionamento, salvo de pessoas naturais
 - Torna expresso que pode ser mantido endereços anteriores iguais à campanha

MODALIDADES DE PROPAGANDA NA INTERNET

- Onde pode ser feita campanha na internet
- Distinção entre:
 - Conteúdo orgânico
 - Conteúdo editorial
 - Propaganda eleitoral
- Impulsionamento de conteúdo
 - Transparência
 - Cooperação das empresas
- Propaganda institucional na internet

MODALIDADES DE PROPAGANDA NA INTERNET

- Algoritmos

- Tecnicamente, um algoritmo é uma sequência de regras ou instruções voltadas para a execução automatizada de uma tarefa. As operações algorítmicas nas plataformas digitais exercem funções complexas, utilizadas para as mais variadas finalidades, de forma pouco transparente e cada vez mais autônoma. [...] os modelos de previsibilidade e os sistemas de recomendações dos algoritmos exercem um papel central na lógica da indústria da influência, uma vez que são eles que operacionalizam a promessa de previsão dos comportamentos futuros e direcionam formas de intervenção em tempo real sobre tais condutas.” (SEGURADO, Rosemary. Desinformação e democracia: a guerra contra as fake news na internet. São Paulo: Hedra, 2021, p. 91)

MODALIDADES DE PROPAGANDA NA INTERNET

- Anonimato

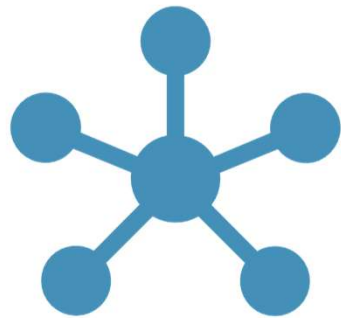
- “[...] a proibição deve se circunscrever às hipóteses nas quais se intenta responsabilizar alguém. Ou seja, aquele que, no mundo cibernético, não exercita sua liberdade de expressão de modo abusivo, não pode ter contra si qualquer tipo de ameaça que amplie o restrito campo de incidência da vedação ao anonimato. Conclui-se, dessarte, que a regra proibitiva constitucional é limitada ao campo da liberdade de expressão (manifestação do pensamento) e quando esta é exercitada de forma abusiva, já que é esta que abrirá espaço à responsabilização”. (FARAH, André. Liberdade de expressão e remoção de conteúdo da internet. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2021, p. 156-157)

MODALIDADES DE PROPAGANDA NA INTERNET

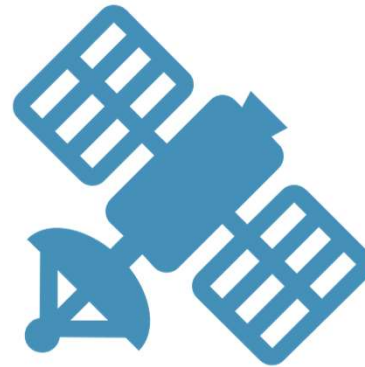
- Inteligência Artificial

- Dizemos que as máquinas são inteligentes na medida em que se possa esperar que suas ações atinjam seus objetivos, mas não temos nenhuma forma confiável de garantir que os objetivos delas sejam os mesmos que os nossos.

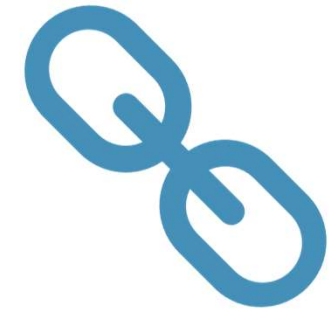
E se, em vez de permitir que máquinas busquem atingir seus objetivos, insistirmos em que elas busquem atingir os nossos? Uma máquina como essa, se pudesse ser projetada, seria não apenas inteligente, mas também benéfica para os seres humanos. (Russel, Stuart. Inteligência artificial a nosso favor: como manter o controle sobre a tecnologia. São Paulo: Companhia das Letras, 2021, p.20)



Fiscalização da propaganda
na internet



Liberdade de expressão x
fiscalização da propaganda



Desinformação no e
contra o processo eleitoral

AGENDA AULA II

FISCALIZAÇÃO DA PROPAGANDA NA INTERNET

- Quem fiscaliza
 - Eleição Geral: juízes designados pelo tribunal competente para o registro ou do candidato da propaganda
 - Eleição Municipal: Juiz do município e, naqueles com mais de uma zona eleitoral, designados pelos tribunais
- Limites
 - Caso a irregularidade constatada na internet se refira ao teor da propaganda, não será admitido o exercício do poder de polícia, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.965/2014
- Diretriz
 - A atuação da Justiça Eleitoral em relação a conteúdos divulgados na internet deve ser realizada com a menor interferência possível no debate democrático

FISCALIZAÇÃO DA PROPAGANDA NA INTERNET – CASO CONCRETO

O Candidato João da Silva contratou o serviço da Google para melhor posicionar seu nome como link patrocinado nas pesquisas realizadas no provedor de internet. Entre as palavras-chave utilizadas para acionar o link patrocinado, João da Silva incluiu o nome de sua adversária, Maria Augusta. Assim, os usuários da pesquisa da Google ao realizar o serviço com a procura de “Maria Augusta” lhes era apresentado, além do resultado da pesquisa orgânica, o link patrocinado da campanha de João da Silva. Esse procedimento está correto?

FISCALIZAÇÃO DA PROPAGANDA NA INTERNET – CASO CONCRETO

ELEIÇÕES 2018. RECURSOS ESPECIAIS. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. GOOGLE ADS. [...]. MÉRITO. ART. 57-C, § 3º, DA LEI N. 9.504 /97. IMPULSIONAMENTO DE CONTEÚDO. LINK PATROCINADO. NOME DE CANDIDATO ADVERSÁRIO. PRIORIZAÇÃO PAGA COMO RESPOSTA A PALAVRA-CHAVE VIA FERRAMENTA GOOGLE ADS. ILEGALIDADE NO ÂMBITO DA PROPAGANDA ELEITORAL. NÃO CONFIGURAÇÃO. PÚBLICO-ALVO DOTADO DE SENSO CRÍTICO QUE NÃO DEVE SER SUBESTIMADO PARA FINS DE TUTELA DO ESTADO-JUIZ. INTERVENÇÃO MÍNIMA. AUSÊNCIA DE ESTRATÉGIA CAPAZ DE SUBVERTER OU MACULAR A VONTADE DO USUÁRIO-ELEITOR. IMPROCEDÊNCIA DA REPRESENTAÇÃO. LEADING CASE: RESPE N. 0605310-76/SP (SESSÃO DE 8.10.2020). PRECEDENTE FIRMADO NO MESMO PLEITO. SEGURANÇA JURÍDICA. PROVIMENTO DOS APELOS. (RESE Nº 0605327-15.2018.6.26.0000)

LIBERDADE DE EXPRESSÃO X FISCALIZAÇÃO DA PROPAGANDA

- As manifestações de apoio ou crítica a partido político ou a candidata ou candidato ocorridas antes de 16 de agosto, próprias do debate democrático, são regidas pela liberdade de manifestação
- A manifestação espontânea na internet de pessoas naturais em matéria político-eleitoral, mesmo que sob a forma de elogio ou crítica a candidata, candidato, partido político, federação ou coligação, não será considerada propaganda eleitoral

LIBERDADE DE EXPRESSÃO X FISCALIZAÇÃO DA PROPAGANDA

- Tema 995 - Controvérsia relativa à liberdade de expressão e ao direito à indenização por danos morais, devidos em razão da publicação de matéria jornalística na qual terceiro entrevistado imputa a prática de ato ilícito a determinada pessoa.
 - Efeito negativo - chilling effect
 - Efeito positivo – dever de verossimilhança dos órgãos de imprensa

LIBERDADE DE EXPRESSÃO X FISCALIZAÇÃO DA PROPAGANDA

- Nós devemos aprender a abraçar uma verdade que é cheia de ironia e contradição: que o Estado pode ser tanto um inimigo como um amigo do discurso; que ele pode fazer coisas terríveis para enfraquecer a democracia, mas também algumas coisas maravilhosas para fortalecê-la. Esta, eu receio, é uma verdade complicada, muito mais complicada do que nos temos permitido admitir por um longo tempo, mas que ainda – eu quero – não está além do nosso alcance.

Owen M. Fiss. A Ironia da Liberdade de Expressão

LIBERDADE DE EXPRESSÃO X FISCALIZAÇÃO DA PROPAGANDA

- O direito à liberdade de expressão só pode ser coibido numa emergência: somente para prevenir, em mais uma expressão muito apreciada pelos juristas norte-americanos, um perigo claro e iminente – e, podemos acrescentar, grave.

Ronald Dworkin. Religião sem Deus

DESINFORMAÇÃO NO E CONTRA O PROCESSO ELEITORAL

- Em sua tradução literal: notícias falsas. Esse termo tem deixado de ser utilizado pelos estudiosos do tema, principalmente no âmbito do Direito, por trazer alguma confusão conceitual e ter sido cooptado por um discurso que afeta os meios de comunicação tradicionais.

DESINFORMAÇÃO NO E CONTRA O PROCESSO ELEITORAL

- Tipos de desinformação
 - Sátira ou paródia
 - Falsa conexão: elemento da informação dá falsa dica
 - Conteúdo enganoso
 - Falso contexto
 - Conteúdo impostor: fontes são utilizadas indevidamente
 - Conteúdo manipulado: ideia verdadeira mas manipulado para enganar
 - Conteúdo fabricado: feito do zero, 100% falso

(Classificação de Claire Wandle)

DESINFORMAÇÃO NO E CONTRA O PROCESSO ELEITORAL

- Combate à desinformação
 - Responsabilidade: O Estado? As plataformas?
- Controle de conteúdo:
 - Responsabilidade dos autores das postagens (pressupõe verificação prévia - com razoável segurança - de fidedignidade da informação).

DESINFORMAÇÃO NO E CONTRA O PROCESSO ELEITORAL

- Controle da desinformação
 - Solução na própria arquitetura das plataformas?
 - Quem avalia conteúdo?
 - Ataca-se apenas comportamentos inautênticos?
- Desinformação contra o processo eleitoral: Resolução 23.714/2022 – É constitucional?



OBRIGADO

@PROF.BRUNOANDRADE