



1337162



00135.218745/2020-50

**CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS HUMANOS**

SCS - B - Quadra 09 - Lote C - Edifício Parque Cidade Corporate, Torre A
Brasília, DF. CEP 70308-200. - <https://www.gov.br/mdh/pt-br/aceso-a-informacao/participacao-social/conselho-nacional-de-direitos-humanos-cndh/conselho-nacional-direitos-humanos>

RESOLUÇÃO Nº 39, DE 18 DE SETEMBRO DE 2020

Resolve recomendar a adoção de Carta Compromisso às/aos candidatas/os do processo eleitoral 2020 adoção das práticas compromisso sobre Agenda de Direitos Humanos

O CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS HUMANOS – CNDH, no uso de suas atribuições previstas na Lei nº 12.986, de 02 de junho de 2014, e tendo em vista especialmente o disposto no argo 4º, inciso IV, que lhe confere competência para expedir recomendações a entidades públicas e privadas envolvidas com a proteção dos direitos humanos, e dando cumprimento à deliberação tomada, de forma unânime, em sua XXª Reunião, em razão da proximidade do processo eleitoral, a ser realizado nos dias 15 e 29 de novembro de 2020;

RESOLVE

Art. 1º - Recomendar às candidatas e aos candidatos, tendo em vista as significativas transformações no âmbito das comunicações sociais, a adotar as seguintes práticas:

1. Já durante o processo eleitoral, os/as candidatos(as) devem assumir compromisso público com a lisura, transparência e defesa da legalidade do pleito. Neste âmbito, o comprometimento com a não difusão de desinformação¹, seja como informação falaciosa, sabidamente tirada de contexto ou associada ao discurso de ódio, é compromisso basilar de qualquer cidadão/ã, especialmente daqueles que concorrem às vagas de Legislativo ou Executivo municipal. Assim, recomendamos:

a) a adesão ao Programa de Enfrentamento à Desinformação do Tribunal Superior Eleitoral (TSE)²;

b) a não produção e veiculação de conteúdos de campanha que estimulem a violência e o ódio, especialmente aqueles que envolvam origem social, raça/etnia, gênero, identidade de gênero, orientação sexual ou que exponham ou vulnerabilizem crianças e adolescentes;

c) transparência ativa quanto à publicidade e aos recursos de comunicação empregados nas campanhas, inclusive em provedores de aplicação na Internet, tais como redes sociais e buscadores, de maneira que o eleitor possa se informar sobre os montantes destinados, canais e/ou plataformas escolhidos, perfil ao qual o conteúdo foi direcionado, duração da campanha, entre outros;

d) a não disponibilização de verba de campanha em canais e páginas virtuais que estimulem o ódio, a violência ou propaguem mensagens racistas, LGBTQIfóbicas, xenófobas, misóginas, que caracterizem exposição sensacionalista de crianças, adolescentes e outros grupos vulnerabilizados ou violem o direito à dignidade dos cidadãos e cidadãs e grupos sociais organizados.

2. Em um contexto de capitalismo de vigilância³, episódios recentes demonstram o quanto o tratamento indiscriminado de dados pessoais para fins eleitorais pode ser nocivo ao processo democrático e à garantia de direitos dos cidadãos. Neste sentido, todo e qualquer tratamento de dados pessoais pelas candidaturas deve observar a regulação nacional acerca do tema, com destaque para a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2020), o Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2020) e a legislação eleitoral, bem as normas infralegais. Recomenda-se aos/às candidatos/as que dediquem-se também a:

- Promover a conscientização a respeito da necessidade de garantias à proteção de dados pessoais dos eleitores durante as campanhas eleitorais;
- Denunciar à Justiça Eleitoral o uso potencialmente irregular de dados pessoais;
- Assegurar que soluções de comunicação, especialmente as digitais, tais como websites, distribuidores de e-mail marketing, serviço de mensageria instantânea e canais em redes sociais, entre outras que colem e tratem dados pessoais, observem os princípios da transparência, necessidade e finalidade, em consonância com os princípios da LGPD;
- Indicar um(a) encarregado(a) da campanha para atuar como canal de comunicação entre o controlador, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), caso esta venha a ser implementada, com conhecimento jurídico-regulatório e autonomia técnica e profissional para o exercício do cargo.

3. Na formulação de propostas para políticas públicas para eventual mandato, recomenda-se que os/as candidatos/as observem a agenda de promoção de uma comunicação democrática e plural em níveis municipal e estadual, observando o cenário de convergência, entre as quais destacam-se as seguintes iniciativas:

. **Instrumentos de participação cidadã:** A criação e reabertura de espaços de participação social voltados à pauta de comunicação e cultura, em especial Conselhos Municipais e Estaduais de Comunicação, como forma de garantir maior participação da sociedade civil na formulação e implementação das políticas públicas de comunicação social. É fundamental que estes tenham composição equilibrada e isonômica entre poder público, setor privado e sociedade civil não empresarial, além de estrutura mínima para seu bom funcionamento, e com caráter deliberativo, bem como a utilização de ferramentas como consultas públicas e audiências públicas para participação da população nas tomadas de decisão sobre políticas públicas para o setor. Tais conselhos devem ser formatados garantindo-se diversidade na composição étnico-racial, de gênero, identidade de gênero e orientação sexual de seus/suas participantes para assegurar representatividade das pautas de mulheres, negros e negras, indígenas e população LGBTQI+. Orienta-se também a garantia de participação das pessoas com deficiência.

. **Diversidade e pluralidade de informações:** As mídias livres, populares, comunitárias e alternativas, sobretudo aquelas realizadas por grupos vulnerabilizados, desempenham um papel fundamental no acesso à informação, exercício da liberdade de expressão e fruição da cultura. No

entanto, são pouquíssimas as organizações, entidades e pequenas empresas que produzem conteúdo informativo no país. O Atlas da Notícia, levantamento anual de jornalismo local no país, afirma que 3.487 municípios brasileiros, 62,6% do total, são hoje "desertos de notícias", ou seja, não têm um veículo sequer, seja jornal, site ou emissora de rádio e TV com programação propriamente jornalística. A cobertura que seus moradores recebem se restringe ao noticiário dos órgãos nacionais, sem foco no que faz o poder público local. Um dos principais problemas é a falta de financiamento. Assim, para promoção dos direitos humanos é importante a criação de fundos de fomento municipais para as mídias livres e alternativas, que apoiem oficinas de capacitação para comunicadores populares, invistam na aquisição de equipamentos para rádios e TVs comunitárias, bem como apoiem projetos de incentivo à produção de conteúdos audiovisuais e impressos dessas mídias livres e alternativas. Os fundos públicos de fomento a essas mídias devem ser geridos a partir de processos públicos, transparentes e participativos.

. **Políticas de garantia do acesso à Internet:** Apesar de o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) definir o serviço de acesso à internet como essencial para o exercício da cidadania e estabelecer que a disciplina do uso da internet no Brasil tem por objetivo a promoção do direito de acesso à internet a todos os cidadãos, serviços de conexão ainda estão inacessíveis para parcela significativa da população. As desigualdades no acesso à conexão revelam as desigualdades sociais estruturais e estruturantes do Brasil e ajudam a aprofundá-las. Segundo a pesquisa TIC Domicílios 2019, 28% dos domicílios brasileiros ainda não têm acesso à internet. Na área rural, esse número sobe para 48%. Enquanto 99% dos domicílios da classe A estão conectados, nas classes DE 50% dos domicílios não possuem conexão. Além disso, 85% dos usuários de internet das classes D e E acessam a rede exclusivamente pelo celular, 2% apenas pelo computador e 13% se conectam tanto pelo aparelho móvel quanto pelo computador. Segundo dados da ANATEL, 55% dos acessos móveis do país são pré-pagos. Sabe-se que boa parte dos usuários pós-pago são clientes "controle", que pagam uma taxa fixa mensal, mas têm um limite, em geral, bastante estrito de tráfego de dados, o que faz com que suas conexões sejam interrompidas muito antes de acabar o mês. A exclusão digital no Brasil afeta de maneira desproporcional os negros e negras, pobres e indígenas. Segundo a pesquisa TIC Domicílios 2019 (CGI.br), apenas 48% da população indígena, 55% das pessoas pretas e 57% das pessoas pardas já utilizaram computador pelo menos uma vez na vida. Neste sentido, é fundamental que as candidaturas se comprometam com políticas de universalização do acesso à Internet, tais como oferta por meio de políticas públicas de WiFi aberto em equipamentos públicos - como bibliotecas, escolas e praças - e disseminação de centros públicos de acesso e educação para uso de recursos digitais conectados à Internet.

. **Políticas de acesso à informação, governança e transparência:** Democratização e transparência nas informações dos poderes públicos municipais, em particular do poder Executivo, respeitando e aprimorando no plano municipal a Lei do Acesso à Informação, disponibilizando no site da Prefeitura todas as informações pertinentes sobre os projetos e programas do governo municipal, em particular sobre o orçamento e sua execução, o mesmo acontecendo no caso da Câmara de Vereadores. Criação de Ouvidorias em todos os órgãos dos Poderes Públicos.

. **Ampliação da radiodifusão Comunitária:** Envidar esforços junto ao Ministério das Comunicações e à ANATEL para a concessão de mais canais de rádios comunitárias no âmbito do município, desenvolvendo um Plano Diretor de Radiodifusão Comunitária, desobstruindo o processo de concessões e licenças e combatendo a crescente criminalização das rádios comunitárias. Tal premissa estende-se à não criminalização dos comunicadores populares, midiativistas e midialivristas que atuam em âmbito municipal e que têm passado por processos de perseguição, silenciamento e censura recorrentes por parte dos órgãos do Estado.

. **Criação de TVs Legislativas:** Criar uma TV Legislativa nos municípios onde ela ainda não exista, e democratizar sua gestão nos municípios onde já exista, como forma de garantir maior transparência do funcionamento do Poder Legislativo junto aos cidadãos.

. **Canal da Cidadania:** O Canal da Cidadania foi criado a partir da aprovação do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD) para ser um canal público explorado pelo Estado em âmbitos federal, estadual e municipal, e por entidades das comunidades locais. Utilizando o recurso da "multiprogramação", possibilitada pela digitalização da TV aberta, serão transmitidas quatro "faixas de conteúdo": a primeira sob responsabilidade das prefeituras, a segunda a ser gerida pelos estados e as

outras duas, por associações comunitárias, responsáveis por veicular programação local. Porém, cabe ao município solicitar a implementação da multiprogramação para garantir o Canal da Cidadania - tanto a Prefeitura quanto Câmara de Vereadores ou a Assembleia Legislativa podem fazê-lo. Cabe aos eleitos solicitar o uso do espectro e a destinação de recursos para que entidades locais possam produzir conteúdo de qualidade, de forma a ampliar a diversidade e a pluralidade nos meios.

. **Encarregado pelos dados pessoais:** A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) prevê que controladores e operadores de dados pessoais deverão indicar um encarregado, pessoa indicada para atuar como canal de comunicação entre o controlador, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados. Entre as atividades do encarregado devem estar: aceitar reclamações e comunicações dos titulares, prestar esclarecimentos e adotar providências; receber comunicações da autoridade nacional e adotar providências; orientar os funcionários e os contratados da entidade a respeito das práticas a serem tomadas em relação à proteção de dados pessoais; e executar as demais atribuições determinadas pelo controlador ou estabelecidas em normas complementares. Portanto, é fundamental que os candidatos se comprometam com a indicação do encarregado pelo tratamento de dados no município, como parte da implementação da LGPD.

. **Cidades Inteligentes:** a execução de políticas públicas que fazem uso das TICs deverá sempre observar o zelo pela proteção da privacidade dos/as cidadãos/ãs e os usos adequados e proporcionais de dados coletados. As/os cidadãos/ãos devem ter acesso e poder de escolha garantidos sobre o uso e tratamento fornecido aos seus dados por empresas públicas e/ou parcerias público-privadas de transporte público, ordenamento urbano, saúde, educação e segurança pública observando a LGPD e o Marco Civil da Internet. Para garantir amplo acesso aos recursos de cidades inteligentes, à inovação e concorrência, é desejável que as candidaturas se comprometam com padrões abertos para sistemas públicos de gestão da cidade, em que os dados não pessoais possam ser de uso público, sempre que de acordo com a LGPD.

. **Comunicação visual e mobiliário urbano de propriedade do poder público:** Alguns municípios do Brasil regulam a comunicação visual urbana, com definição do tamanho de letreiros e placas em estabelecimentos comerciais, bem como a publicidade na paisagem, inclusive proibindo aquela que não disposta em equipamentos urbanos públicos, como pontos de ônibus, relógios, na área interna dos sistemas de transporte (como metrô) e dos veículos (ônibus e metrô). Esta medida diminui a poluição visual e o acesso e assédio comercial do setor privado às mentes dos cidadãos, de forma a assegurar o direito à autodeterminação informativa.

. **Não estimular programas violadores dos direitos humanos:** No emprego de verbas publicitárias públicas em âmbito municipal e estadual, os gestores devem observar a não contratação de intervalo comercial, merchandising ou qualquer tipo de propaganda em programas que violem os direitos humanos, entre eles, notadamente, os programas policiaiscos.

Art. 2º - Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

RENAN VINICIUS SOTTO MAYOR DE OLIVEIRA

Presidente

Conselho Nacional dos Direitos Humanos



Documento assinado eletronicamente por **Renan Vinicius Sotto Mayor de Oliveira, Presidente**, em 21/09/2020, às 17:08, conforme o § 1º do art. 6º e art. 10 do Decreto nº 8.539/2015.

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.mdh.gov.br/autenticidade>, informando o código verificador **1337162** e o código CRC **7BA1ABDC**.



¹ O Conselho Nacional de Direitos Humanos já havia se manifestado sobre a responsabilidade de agentes públicos e políticos acerca da não disseminação de desinformação e respeito aos direitos humanos, em junho de 2018. Disponível em: <<https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2018/junho/cndh-aprova-recomendacao-com-medidas-de-combate-as-fake-news-noticias-falsas>>.

² Mais informações em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2020/Maio/programa-de-enfrentamento-a-desinformacao-com-foco-nas-eleicoes-2020-mobiliza-instituicoes>>.

³ O conceito de *Surveillance Capitalism* (no termo original em inglês) foi criado pela acadêmica norte-americana Shoshana Zuboff, em 2015, em artigo denominado “Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization”. O capitalismo de vigilância constitui nova ordem econômica que considera a experiência humana como material cru gratuito para práticas comerciais ocultas de extração, predição e venda.

Referência: Processo nº 00135.218745/2020-50

SEI nº 1337162