

Senado Notícias

Seminário aponta vedação de anonimato como forma de combater as 'fake news'

Sergio Vieira | 12/12/2017, 20h36 – ATUALIZADO EM 31/01/2018, 16h13

O artigo 5º da Constituição é claro: é permitida a livre manifestação do pensamento a todos os cidadãos brasileiros, vedado o anonimato.

Para o presidente do Conselho de Comunicação Social (CCS), Murillo de Aragão, e outros participantes do seminário *Fake News e Democracia*, a aplicação da Constituição é um meio de buscar evitar que a disseminação de notícias falsas prejudique o processo eleitoral de 2018.

O tema foi debatido nesta terça-feira, e Aragão anunciou que o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e outros atores estarão atentos ao fenômeno das *fake news*, buscando coibi-lo. O presidente do Conselho de Comunicação acrescentou que participou na semana passada de um seminário no TSE sobre o mesmo assunto, e que em breve o tribunal iniciará a expedição de normas sobre a matéria.

Judiciário norte-americano

Também com base nos debates desta terça-feira, o conselheiro Miguel Matos sugeriu que o Conselho de Comunicação peça sua inclusão como *amicus curiae* na Ação Direta de Constitucionalidade (ADC 51) movida pelo Facebook no Supremo Tribunal Federal (STF), relacionada a um acordo de cooperação judiciária entre Brasil e Estados Unidos.

Mais conhecido pela sigla MLAT, este acordo, segundo o procurador Frederico Ceroy, caso receba a chancela do Supremo, na prática remeterá à Justiça dos EUA a palavra final sobre a remoção das *fake news* relacionadas ao processo eleitoral brasileiro.

Isso porque o Facebook alega que, pelo acordo, o acesso aos dados remete a *datacenters* localizados nos Estados Unidos. Ceroy entende que se este entendimento prevalecer, o processo eleitoral brasileiro estará definitivamente "entregue ao caos informacional, inundado por *fake news*".

Desafios culturais

Na luta contra as *fake news*, também existem obstáculos culturais, segundo apontaram participantes do seminário.

O jornalista Domingos Fraga, do grupo R7, citou uma pesquisa recente da Universidade de São Paulo (USP) dando conta que cerca de 12 milhões de brasileiros já compartilharam notícias falsas pelas redes sociais, tendo plena consciência do que faziam. Isto se dá devido a motivações psicológicas, segundo o estudo, ligadas às preferências políticas de cada um.

Já o representante da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Celso Schröder, entende que o fenômeno das *fake news* é um subproduto da própria mídia, que teria afrouxado seus padrões de qualidade nos últimos anos. Isto se deu, entre outras práticas, "na opção consciente feita pelo patronato de destituir a ex-presidente Dilma Rousseff".

– Este objetivo levou à reprodução acrítica de dossiês provenientes da Polícia Federal e de outros atores públicos, que estão comprometidos com interesses até o último fio de cabelo – disse o jornalista.

Agência Senado (Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado)