

JORNAL DO BRASIL

Segunda-feira, 16 de julho de 2018 Fundado em 1891

País

21/12/2017 às 13h29 - Atualizada em 21/12/2017 às 13h31

Fake news e controle na internet são desafios para as eleições de 2018

Jornal do Brasil

A partir de provedores localizados em diferentes países, notícias falsas, as chamadas fake news, tem impactado os últimos debates públicos mais relevantes, como as eleições nos Estados Unidos, os plebiscitos sobre a saída do Reino Unido da União Europeia, além do acordo de paz entre o governo colombiano e as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia (Farc).

A menos de um ano das eleições gerais, agora é o Brasil que se vê diante do problema. Com um debate polarizado, o país corre contra o tempo. Diferentes instituições públicas convocam debates sobre medidas que podem ser adotadas para garantir um processo eleitoral democrático e transparente. Algumas propostas preocupam movimentos sociais, que temem que o alarde em torno das notícias falsas leve ao controle dos conteúdos pelas plataformas digitais e, com isso, à censura na internet.

Para detalhar os desafios do Brasil diante do tema, a Agência Brasil publica uma série de matérias sobre fake news e controle na internet.

Na Declaração Conjunta sobre Liberdade de Expressão e Notícias Falsas (Fake News), Desinformação e Propaganda, órgãos das Nações Unidas trataram da questão. Por um lado, apontam que as fake news corroem a credibilidade da imprensa e interferem no direito das pessoas à informação. Por outro, alertam que governos, sob o argumento de combatê-las, não devem promover censura. “A desinformação e a propaganda afetam intensamente a democracia”, resumiu o relator especial para a Liberdade de Expressão da Comissão Interamericana de Direitos Humanos (CIDH), Edison Lanza, na divulgação do documento.

“No início da internet, previu-se que o acesso direto e descomplicado à informação levaria a uma Era onde o conhecimento seria equalizado através da rede e todos tomaríamos decisões melhores e [seríamos] mais bem-informados”, argumenta o coordenador do Comitê, Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), Maximiliano Martinhão. “Por outro lado, a falta de uma curadoria aumenta a demanda por um senso crítico daqueles que consomem informação e comunicação pela internet”, acrescenta. Martinhão foi um dos participantes do Seminário Internet e Democracia, promovido pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) neste mês, em Brasília.

Não é o que tem ocorrido. Diretora da Agência Lupa (especializada em checagem de informações), Cristina Tardáguila lista conteúdos falsos que ganharam projeção nas redes, como a suposta notícia de

que o papa Francisco havia apoiado o republicano Donald Trump na corrida eleitoral e a de que o ex-presidente Barack Obama não era norte-americano, o que o motivou a divulgar a própria certidão de nascimento.

Proteção e censura

Em uma campanha eleitoral de apenas 45 dias, uma exposição negativa decorrente de notícia falsa pode significar o fracasso de um candidato, além de outros danos. “Não podemos nos negar a entender essa realidade”, ressaltou o presidente do TSE, ministro Gilmar Mendes. Ele ponderou que a tentativa de prejudicar adversários por meio de informações falaciosas sempre existiu, mas que o novo é a velocidade da disseminação desses conteúdos e sua abrangência, por meio da rede de computadores.

A pesquisa TIC Domicílios 2016, do Comitê Gestor da Internet no Brasil, identificou que as atividades mais comuns executadas na rede são o envio de mensagens instantâneas (89%) e uso de redes sociais (78%). A maior parte desses fluxos se dá em plataformas de uma mesma empresa: o Facebook, que também controla o aplicativo para celulares WhatsApp. Além da concentração econômica, há o desafio de efetivar regras, pois as corporações que atuam na rede são, em geral, internacionais. “[No caso das fake news], muitos sites estão instalados em países longínquos e com a institucionalidade muito débil, o que dificulta a cooperação judicial”, ressalta Gilmar Mendes.

Legislação

Atualmente, o Marco Civil da Internet permite empresas como o Facebook a adotar políticas para manutenção ou remoção de determinado conteúdo, caso a informação ofenda os termos de uso. Além disso, estabelece que a plataforma remova os dados em caso de decisão judicial neste sentido.

Para o presidente do Conselho de Comunicação Social (CCS), Murillo de Aragão, a solução para combater as fake news, garantindo também a liberdade, passa por medidas diversas, a começar pela educação da população. “Temos que ter uma legislação mais robustecida e que possa dar às autoridades os instrumentos devidos de intervenção e punição, rapidamente, nos casos de fake news.”

Coordenador da Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político (Abradep), Fernando Neisser defendeu atenção à dinâmica da internet porque é o meio de comunicação que mais cresce em influência na sociedade, mas discordou da fixação de regras duras sobre notícias falsas. Ele argumenta que “o discurso político não passa por esse crivo de sim e não tão óbvio”, pois comporta opiniões que não são necessariamente verificáveis. Para ele, as instituições devem atuar para garantir que dados pessoais não sejam comercializados por empresas de big data (grande conjunto de dados armazenados) e ter atenção sobre as formas de impulsionamento e direcionamento de opiniões nas redes sociais.

Fernando Neisser entende que a legislação eleitoral brasileira já proíbe a compra ou venda de dados cadastrados eletronicamente. Isso porque a Lei 12.034/2009 veda a utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico de seus clientes, em favor de candidatos, partidos ou coligações. A norma proíbe ainda a venda de cadastro de endereços eletrônicos. A regra tem sido usada para impedir, por exemplo, que cadastros de e-mails de uma determinada loja possam ser vendidos. “Essa regra se aplica integralmente a qualquer tipo de dado que pode ser cadastrado eletronicamente”, afirma Neisser.

Papel das plataformas

Para a integrante do CGI.br e da Proteste - Associação de Consumidores, Flávia Lefèvre (áudio), o centro do debate é saber como as informações são disseminadas na rede. “Os algoritmos [códigos] definem se

você vai receber determinada informação. Vamos supor que chegue à véspera das eleições e o Facebook, por uma preocupação ou outra, comece a postar no feed de notícias das pessoas publicações como ‘lembre de votar amanhã’, mas que ele concentre esse aviso para pessoas de direita ou de esquerda. Em que medida esse resultado pode alterar os resultados das eleições?”, alerta.

Durante as discussões no TSE, representantes do Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social defenderam que a tarefa de apontar o que é ou não notícia falsa não deve ficar a cargo apenas das plataformas digitais e lembraram a discussão em curso nos Estados Unidos, onde o Facebook é acusado de ter favorecido Donald Trump por meio de informações privilegiadas.

Diante do calendário eleitoral no Brasil para as eleições de 2018, o Intervozes sugeriu que o TSE dialogue com a empresa para que medidas de transparência já sejam adotadas. Para a entidade, é preciso garantir transparência. No Brasil, apenas o Facebook reúne mais de 100 milhões de usuários.

Como resposta às acusações nos EUA, o Facebook divulgou, em outubro, comunicados sobre novas medidas de transparência para os anúncios publicitários que veicula. Uma das mudanças é a política de permissão para que qualquer cidadão, ao entrar em uma página, possa verificar quais anúncios foram feitos pelo Facebook, qual o alcance e o valor investido nessas publicidades. A plataforma anunciou que testaria a nova política no Canadá e não divulgou se e quando as medidas serão adotadas em outros países.

De acordo com o Facebook, novas medidas de transparência estão sendo adotadas para combater a disseminação de fake news.

A Google também lançou recentemente mecanismos para que os próprios usuários confirmem os dados e obtenham informações, elaboradas pela própria empresa e demonstradas por meio de imagens, para verificar se determinado conteúdo trata de algo real, mentiroso ou parcialmente correto. A ferramenta ainda não está disponível no Brasil. Recentemente, a empresa estabeleceu parceria com a International Fact-Checking Network (IFCN) para remover dos resultados toda e qualquer notícia que publicar dados errados ou falsificados. Conforme comunicado emitido em abril, serão prejudicadas nas buscas informações de “baixa qualidade”, conceito que inclui o que chamou de “teorias de conspiração” e “fake news”.

Flávia Lefebre critica essa medida, alertando para o caráter subjetivo do que pode ser considerado “teorias da conspiração”.

Checagem das informações

Em resposta à Agência Brasil, a empresa Google apontou que cerca de 0,25% do conjunto de pesquisas do tráfego diário que recebe contém conteúdo ofensivo ou claramente enganoso. Para ajudar a prevenir que conteúdos desse tipo se espalhem, a Google disse que trabalha, desde 2016, em iniciativas diversas para melhorar o serviço de buscas, esforço que inclui criação de um selo de verificação de fatos; medidas para impedir a monetização de fake news na plataforma de publicidade digital AdSense e mudanças no algoritmo da busca para privilegiar “conteúdo de qualidade”.

Novas diretrizes de busca “vão ajudar nossos algoritmos a rebaixar esses conteúdos de má qualidade e nos ajudar a fazer outras melhorias com o tempo”, descarta a companhia em resposta. A empresa não comentou o questionamento sobre a subjetividade da descrição que pode ser feita baseada no conceito de “teorias da conspiração”. Citou, sobre isso, que pessoas foram contratadas para avaliar os novos

mecanismos e sinalizar “melhor o que pode ser uma informação enganosa ou forjada, resultados ofensivos inesperados e teorias da conspiração sem fundamento”.

Enquanto outros mecanismos não são definidos pelas instituições, cabe à população ficar alerta para não formar sua opinião sobre notícias falsas. Diretora da Agência Lupa, Cristina Tardáguila apontou ações que devem ser adotadas pelos internautas, como manter uma postura de desconfiança em relação ao que acessa; verificar a data da publicação do conteúdo; questionar o interesse do autor e ver se a URL - o endereço virtual - é estranha. Consultar bases de dados confiáveis, como as do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) também é uma dica para confirmar o que consta nas informações que circulam na rede.

Agência Brasil

Compartilhe:

[Recomendar 4](#)

[Compartilhar](#)

[Compartilhar](#)

[Tweetar](#)

 G+