

POLÍTICA NO BRASIL

CRIMES DA DESINFORMAÇÃO – *FAKE NEWS*

- [HÁ MUITO DINHEIRO NAS CAMPANHAS DE DESINFORMAÇÃO](#)
- [TODOS CONTRA A DESINFORMAÇÃO](#)

HÁ MUITO DINHEIRO NAS CAMPANHAS DE DESINFORMAÇÃO

© ZERO HORA – CADERNO DOC 30-31/5/20 - <https://gauchazh.clicrbs.com.br/tecnologia/noticia/2020/05/ha-muito-dinheiro-nas-campanhas-de-desinformacao-ha-pessoas-poderosas-por-tras-diz-coordenadora-da-avaaz-ckar1ggp800ds015n4dxqyivn.html>
[Obs. Tenho postado muitos *links* para textos importantes como este, mas vários sites vêm sendo cancelados ("volatilizados" no universo cibernético). Assim, visando garantir a preservação futura desta memória importante, o texto é copiado abaixo, mas **recomendo acessar o link** acima para ver a fonte original e completa. Manfredo Winge]

*[Jornalista Rodrigo Lopes entrevista Flora Arduini,
coordenadora de campanhas da AVAAZ]*

**"Há muito dinheiro nas campanhas de desinformação,
há pessoas poderosas por trás", diz coordenadora da Avaaz**

Pesquisadora liderou estudo que constatou que nove em cada 10 brasileiros foram alvo de fake news sobre coronavírus e 73% acreditaram em informações falsas sobre a pandemia

RODRIGO LOPES

28/05/2020 - 16h08min Atualizada em 28/05/2020 - 22h14min

© Flora Arduini: "Falta transparência e atitudes concretas das plataformas" *como Google e Facebook* Flora Arduini / Arquivo Pessoal:

*Formada em Ciências Internacionais em Instituições Europeias pela Universidade de Milão, com pós-graduação em Direito Internacional na Bélgica, Flora Arduini liderou uma pesquisa sobre o impacto das notícias falsas (**fake news**) em tempos de **coronavírus**. O estudo foi conduzido pela Avaaz, organização da sociedade civil que tem pressionado governos e empresas pela regulamentação da atuação de plataformas digitais, como **Google** e **Facebook**, uma das formas de se combater a desinformação. Os números são alarmantes: a investigação revelou que nove em cada 10 brasileiros foram alvo de notícias falsas sobre a pandemia. Entre as mentiras, estão a de que o vírus teria sido criado em laboratório na China e de que vitamina C poderia retardar ou impedir a infecção.*

*Nascida em São Paulo, Flora viveu parte da adolescência em Porto Alegre. Entre as campanhas que liderou, estão uma ação de proteção à **Amazônia** e outra que expôs a rede de desinformação pró-**Jair Bolsonaro** nas eleições de 2018. A Avaaz tem mais de 60 milhões de membros e é financiada 100% pelos participantes, não aceitando grandes doações. De Londres, onde mora há quatro anos, Flora concedeu a seguinte entrevista a GaúchaZH.*

Nove em cada 10 brasileiros foram alvo de desinformação sobre o coronavírus. somos mais suscetíveis a fake news?

Seria leviano dizer só por conta desse dado que o brasileiro é mais suscetível. Mas um grande problema é que as campanhas de desinformação se utilizam das emoções. Estamos vivendo um momento extremamente polarizado no Brasil, em que até questões de saúde estão sendo usadas como temas políticos. Dificilmente você vai ver uma fake news sobre algo positivo. Sempre vai ser algo superforte emocionalmente, que leva o usuário a se engajar de forma apaixonada. Por isso viraliza tão rápido. São temas que nos tocam diretamente em valores e crenças. O contexto no Brasil

talvez tenha sido propício por isso. Mas, embora o Brasil tenha sido o país que mais viu desinformação, é importante pensar que 73% dos brasileiros acreditaram em ao menos um conteúdo falso recebido, contra 65% dos norte-americanos e 59% dos italianos, ou seja, os números são altos, mas se aproximam. É assustador nos três países. Outro dado interessante é que 46% dos brasileiros entrevistados acreditam que amigos e famílias foram vítimas de fake news.

Por que vocês escolheram analisar Brasil, Itália e EUA?

Temos uma equipe permanente que monitora desinformação circulando nas redes sociais. A gente já vinha observando que a desinformação com relação ao coronavírus crescia muito rapidamente. A própria Organização Mundial da Saúde (**OMS**) disse que havia duas crises a serem combatidas: uma era a do vírus e outra, a “infodemia”, desinformação sobre a pandemia. E essa desinformação crescia nesses três países. A Itália, no período em que conduzimos a pesquisa, em meados de abril, ainda era o epicentro do problema. Com relação a EUA e Brasil, infelizmente, a dimensão que essa crise tomaria nesses dois países era uma tragédia anunciada. Víamos como vinha sendo tratado o tema do coronavírus nesses dois países.

Como foi feito o estudo?

A Avaaz construiu a pesquisa e contratou um instituto para usar o database deles. Entrevistamos 2 mil pessoas em cada país para termos uma amostra estatisticamente sólida. Selecionamos sete fake news virais naquele momento no mundo inteiro. E perguntamos se cidadãos desses países tinham visto pelo menos uma delas. O número de respostas “sim” foi assustador.

Uma das conclusões aponta **WhatsApp e Facebook entre as três fontes mais citadas pelos brasileiros para notícias falsas. Como combater o problema em um ambiente fechado como o WhatsApp?**

O WhatsApp traz desafios que as outras redes não trazem. Será desafiador para as agências reguladoras, se a lei contra fake news passar no **Congresso**. Mas essa legislação, quando for aprovada, vai regulamentar todas as redes sociais. O WhatsApp é parte do grupo Facebook. Com uma legislação, você consegue regulamentar os principais atores, que não são muitos. Há medidas importantes que já estão sendo tomadas pelo WhatsApp. O Ministério da Saúde e a OMS criaram canais na plataforma para o usuário se informar sobre o coronavírus. O usuário pode enviar uma notícia falsa que ele tenha sido vítima e, automaticamente, começa a receber informações mais acuradas por parte das duas autoridades. Outra medida que pode ser tomada pelo próprio WhatsApp é diminuir a distribuição. A restrição à quantidade de encaminhamentos já existe. A desinformação não tem fronteiras. Ela circula de uma plataforma para outra. A gente vê vídeos no YouTube que aparecem como preview no WhatsApp. Ou vê no Facebook memes que circularam no WhatsApp. Uma vez que você envia uma notificação para os usuários de uma rede social (*informando sobre a notícia falsa*), você automaticamente espera que a informação verdadeira flutue sem fronteiras por outras redes.

Vocês apoiam o projeto da lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, a “Lei contra Fake News”, liderada pelos deputados Tabata Amaral (PDT-SP) e Filipe Rigoni (PSB-ES) e pelo senador Alessandro Vieira (Cidadania-SE). Como está o andamento desse projeto?

Essa legislação vai conseguir regulamentar essa indústria que tem passe livre legislativo no mundo todo. A Avaaz apoia esse projeto de lei, porque traz alguns pontos concretos. Tira um pouco da questão etérea do que são fake news e traz para a prática do que pode ser feito. Os quatro pontos

fundamentais são: maior transparência por parte das plataformas, ou seja, o usuário tem de entender quando um conteúdo é promovido por qual ator, e quanto é gasto na promoção daquele conteúdo, por exemplo; proteção aos usuários reais, que significa valorizá-los em detrimento dos robôs que distribuem conteúdos falsos, que por sua vez devem ser removidos; o que temos chamado de “mostrar os fatos”, que é o envio, por parte da plataforma, de um artigo redigido por uma agência de checagem confirmando que certo conteúdo é falso para as pessoas que o receberam; e, por fim, o comprometimento legislativo de que as plataformas deixarão de promover os conteúdos verificadamente falsos.

Esse tipo de legislação existe em outro país?

Esse seria o primeiro projeto de lei no mundo que garantiria maior informação ao usuário. Desinformação se combate com informação de qualidade. Essa seria a primeira legislação no mundo que daria aos usuários de redes sociais mais direitos do que eles têm agora. O Brasil tem a chance de liderar uma nova fase de regulamentação tão necessária dessa indústria que são as plataformas de redes sociais. Em nossa pesquisa, 80% dos brasileiros disseram querer receber correção de verificadores de fatos todas as vezes em que eles forem expostos a notícias falsas. A Avaaz realizou um estudo nos EUA em que foi provado que, quando uma pessoa recebe uma correção, cai em 50% a chance de acreditar naquela fake news. Nada vai ser retirado do ar porque é falso. A fake news continua ali, mas a vítima dela terá informações para embasar sua decisão sobre aquilo no que vai acreditar.

Quem vocês acreditam que fará oposição ao projeto no Congresso?

O projeto de lei está na pauta para ser debatido no Senado na terça-feira (2/6). Antes da votação, é difícil saber quem vai se posicionar frontalmente contra esse projeto, ainda mais visto [o andamento da CPI das Fake News nesta semana](#). Pelo nosso monitoramento no Congresso, não temos como fazer essa afirmação publicamente.

Depois de muita pressão de autoridades na União Europeia e nos EUA, O duopólio Google e Facebook anunciou iniciativas com promessas de maior transparência e eliminação de conteúdos falsos. Falta maior comprometimento por parte das plataformas?

Falta muito comprometimento. Não é suficiente o que estão fazendo. Por exemplo, essa ideia de fornecer mais informações ao usuário quando ele for vítima de fake news. É comprovado cientificamente de que funciona e é viável do ponto de vista tecnológico. Quando a gente conversa com funcionários de alto escalão de Google, [YouTube](#) e Facebook, não há argumentos para dizer que isso não seja possível implementar esse tipo de ação imediatamente.

Como são esses contatos com Google e Facebook?

Todas as vezes em que a gente produz relatórios que mostram as falhas das plataformas, fazemos um esforço de trazer as plataformas para o debate. A gente tem um viés deliberativo na Avaaz, sempre acreditando que as pessoas esperam e querem fazer o melhor. Há profissionais excelentes nessas plataformas, que têm todo o interesse em fazer o melhor trabalho. Agora, os tomadores de decisão dessas plataformas precisam colocar em prática o que organizações da sociedade civil estão trazendo para eles. As plataformas nos ouvem, porém, precisam começar a tomar atitudes mais concretas. Falta transparência e atitudes concretas.

A notícia falsa é muitas vezes mais sedutora do que a verdade. Obter a verdade, por meio do método jornalístico, também pode levar mais tempo. Esse descompasso entre a viralização da informação falsa e a checagem profissional é uma dificuldade no combate à desinformação?

Sem dúvida, esse é um dos maiores desafios. Por isso, é importante essa lei contra fake news. Se eu, há quatro dias, vi uma informação de que beber água sanitária mata o coronavírus e me engajei compartilhando essa fake news, o risco inclusive de esquecer esse engajamento depois desse tempo é gigantesco, embora a crença nele possa persistir. Cerca de 110 milhões de brasileiros acreditaram em pelo menos uma fake news a que foram apresentados, segundo nossa pesquisa. Se as plataformas de redes sociais tomarem a sério a medida que a gente vem apoiando, enviar uma notificação ao usuário de que uma correção de fatos sobre aquela fake news existe e mostra que é falsa, cientificamente a gente sabe que cai em 50% a chance de a pessoa continuar acreditando naquela notícia. É um jeito que você tem de mitigar esse delay entre a publicação da fake news e a correção de fatos. As plataformas têm como saber o que seus usuários estão vendo e consumindo nas suas redes por meio da inteligência artificial. Elas sabem que você viu aquela fake news, têm total tecnologia de simplesmente lhe enviar uma notificação dizendo: “Olha, aquele conteúdo que você viu, temos informações de que é falso. Clique aqui para mais informações”. Entende-se que muitos dos conteúdos talvez demore um pouco mais, porém, as redes sociais têm total capacidade de alertar os usuários imediatamente.

A gente vê o quanto o algoritmo é tóxico. Há engenheiros do Google e do YouTube que hoje em dia não trabalham mais nessas plataformas que viraram ativistas porque conhecem esse problema do algoritmo, sabem que existe tecnologia para tirar as pessoas desse buraco negro. Precisa de legislação que faça essas empresas trabalharem nesse sentido.

O que vocês querem dizer quando usam a expressão “desintoxicar o algoritmo”?

Significa basicamente que todas as vezes em que esses conteúdos de desinformação forem comprovadamente falsos, que as plataformas deixem de recomendar, tirem esse conteúdo do sistema de recomendação dela. Ela não vai deletar o conteúdo, não há censura. Porém, deixa de promover aquela desinformação, tira de seus algoritmos. É um detox. Com ele, você diminui drasticamente o alcance das fake news. Um exemplo: houve um caso de uma adolescente de 14 anos, aqui no Reino Unido. Ela tinha indícios de depressão quando começou a procurar conteúdos sombrios no Instagram. Não satisfeito em recomendar esses conteúdos, o Instagram começou a sugerir inclusive perfis que incentivavam o suicídio. E ela infelizmente tirou a própria vida. Os pais dela disseram que, mesmo depois a morte dela, o Instagram continuava enviando notificações de conteúdos que incentivavam o suicídio. Aí a gente vê o quanto o algoritmo é tóxico. Há engenheiros do Google e do YouTube que hoje em dia não trabalham mais nessas plataformas que viraram ativistas porque conhecem esse problema do algoritmo, sabem que existe tecnologia para tirar as pessoas desse buraco negro. Precisa de legislação que faça essas empresas trabalharem nesse sentido.

Sem falar na publicidade direcionada, que muitas vezes se aproveita das emoções expressas nas redes sociais.

Existe uma curadoria do que o usuário vai ou não ter acesso nas suas redes de acordo com o algoritmo. Claro que tem o lado positivo: recomenda um amigo, uma página interessante. O lado sombrio disso é formado por atores maliciosos, que se utilizam dessas brechas do algoritmo para levar as pessoas a consumirem esse tipo de conteúdo. Você acaba ficando em bolhas de desinformação, ou bolhas de conteúdo de ódio. Por isso, a gente fala em campanhas de

desinformação. As pessoas não consomem só uma fake news, elas vão sendo realmente tomadas por esse sistema em todos os seus perfis. Se o algoritmo continua te recomendando cada vez mais conteúdos de desinformação, você realmente acaba acreditando que aquilo ali é a realidade. A tua bolha acaba criando a tua realidade.

Até poucos anos atrás, ações de ONGs como Greenpeace ou WWF eram protestos reais, concretos, com faixas, ocupação de navios baleeiros ou fábricas poluidoras. Como são as ações da Avaaz, que são mais no plano virtual?

Por sermos uma organização global, a missão da Avaaz é fazer com que o mundo seja como a maioria das pessoas sonha. A gente acredita que as pessoas são muito mais parecidas do que diferentes entre si. A campanha contra a desinformação começou logo depois das eleições de 2016 nos EUA. Ficou evidente que as fake news tomariam uma magnitude muito importante nas nossas democracias, com risco de dilacerar os tecidos sociais. Desde então, a gente montou equipes para certas eleições. Em 2018, monitoramos a desinformação na corrida eleitoral do Brasil. Liderei esse time. Mapeamos uma rede de desinformação no Facebook que tinha mais de 70 páginas e grupos de perfis falsos que manipulavam mais de 12 milhões de seguidores. Ali entendemos o impacto que a Avaaz poderia ter.

Como atuavam esses grupos e quais eram seus interesses à época?

Essa rede tinha um viés bem específico: espalhar desinformação contra o PT e outros partidos políticos para favorecer Jair Bolsonaro. Quando a gente começou esse projeto, não tínhamos a intenção de identificar redes de um lado específico do espectro político. Foi o que a gente encontrou. E o que temos visto no Brasil são grandes campanhas de desinformação que vão muito além de uma mera notícia falsa. São verdadeiras máquinas.

É estruturado?

Sim. Há muito dinheiro envolvido nas campanhas de desinformação, há pessoas poderosas por trás. É algo muito bem organizado. E não necessariamente são só políticas: há campanhas de desinformação para beneficiar um produto ou uma empresa. Por isso a gente precisa regulamentar as plataformas de redes sociais.

Há uma apropriação do termo fake news por líderes que acusam veículos de comunicação profissionais de espalharem notícias falsas. São informações verdadeiras, porém, que contrariam seus interesses. Essa confusão proposital criada por essas pessoas prejudica o combate à desinformação?

Sem dúvida. É uma tática bem inteligente e maléfica: você acusa outros daquilo de que você está sendo acusado. A imprensa tem sido muito atacada, o que é trágico para qualquer sociedade. Para combater isso, em primeiro lugar, é preciso continuar fazendo com que a verdade, os fatos venham à tona, dar mais acesso à informação verdadeira. Por isso, é importante o envio de correções. A desinformação se combate com informação e educação. Fatos salvam vidas.

E quando a notícia falsa serve a algo mais específico? No caso do jornalista Willian Bonner, por exemplo, alguém incluiu o CPF do filho dele no cadastro de pessoas beneficiadas pela ajuda do governo na pandemia. Foi algo que deu base para se espalhar uma fake news.

Foi um método, mas talvez pessoas que estejam por trás dessas campanhas tenham interesse muito mais a longo prazo. Quando a gente fala de desinformação, temos de olhar sempre o macro. Tem o combate no micro, no específico das fake news, e tem o efeito de magnitudes gigantescas no

contexto social, com interesses mais profundos. Quando a gente olha experiências internacionais de regulamentação dessa indústria, na União Europeia, por exemplo, as próprias lideranças do parlamento sabem que sequer se chega perto do que precisava ser feito. As plataformas precisam agir, falta atitudes concretas. Se no âmbito europeu está claro que a autorregulamentação não funciona, por que iria funcionar no Brasil ou nos EUA? Por isso, a gente precisa olhar a desinformação de forma mais sistemática.

Com todos esses desafios, você é otimista ou pessimista em relação ao mundo pós-pandemia?

Otimista. A gente tem, como humanidade, a chance de construir o mundo em que a gente acredita. As fragilidades escancaradas dos sistemas de saúde no mundo, do sistema econômico e de segurança alimentar e renda, foram tapas nas nossas caras. A pandemia nos mostrou nossos problemas de forma mais evidente. Precisamos aprender com eles para construir um futuro melhor. As gerações que estão vindo já são mais ligadas e engajadas em fazer o mundo melhor. Isso é um bom indicativo de que, a longo prazo, as coisas vão melhorar.

Comentários & Réplicas

De: Manfredo Winge

Enviada em: sábado, 30 de maio de 2020 22:24

Para: 'acir@senador.leg.br'; 'aécio.neves@senador.leg.br'; 'sen.airtonsandoval@senado.leg.br'; 'alvarodias@senador.leg.br'; 'ana.amelia@senadora.leg.br'; 'angela.portela@senadora.leg.br'; 'antonio.anastasia@senador.leg.br'; 'antonio.carlosvaladares@senador.leg.br'; 'armando.monteiro@senador.leg.br'; 'ataides.oliveira@senador.leg.br'; 'benedito.lira@senador.leg.br'; 'cassio.cunha.lima@senador.leg.br'; 'cidinho.santos@senador.leg.br'; 'ciro.nogueira@senador.leg.br'; 'cristovam.buarque@senador.leg.br'; 'dalirio.beber@senador.leg.br'; 'dario.berger@senador.leg.br'; 'davi.alcolumbre@senador.leg.br'; 'edison.lobao@senador.leg.br'; 'eduardo.amorim@senador.leg.br'; 'eduardo.braga@senador.leg.br'; 'eduardo.lobos@senador.leg.br'; 'elmano.ferrer@senador.leg.br'; 'eunício.oliveira@senador.leg.br'; 'fatima.bezerra@senadora.leg.br'; 'fernandobezerra@senador.leg.br'; 'fernando.colli@senador.leg.br'; 'flexa.ribeiro@senador.leg.br'; 'garibaldi.alves@senador.leg.br'; 'gladson.cameli@senador.leg.br'; 'gleisi@senadora.leg.br'; 'helojose@senador.leg.br'; 'humberto.costa@senador.leg.br'; 'ivo.cassol@senador.leg.br'; 'jader.barbalho@senador.leg.br'; 'joao.alberto.souza@senador.leg.br'; 'joao.capiberibe@senador.leg.br'; 'jorge.viana@senador.leg.br'; 'jose.agripino@senador.leg.br'; 'jose.maranhao@senador.leg.br'; 'josededeiros@senador.leg.br'; 'jose.pimentel@senador.leg.br'; 'jose.serra@senador.leg.br'; 'katia.abreu@senadora.leg.br'; 'lasier.martins@senador.leg.br'; 'lidice.mata@senadora.leg.br'; 'lindbergh.farias@senador.leg.br'; 'lucia.vania@senadora.leg.br'; 'magnó.malta@senador.leg.br'; 'maria.carmo.alves@senadora.leg.br'; 'marta.suplicy@senadora.leg.br'; 'omar.aziz@senador.leg.br'; 'otto.alencar@senador.leg.br'; 'paulo.bauer@senador.leg.br'; 'paulopaim@senador.leg.br'; 'paulo.rocha@senador.leg.br'; 'pedrochaves@senador.leg.br'; 'raimundo.lira@senador.leg.br'; 'randolfe.rodrigues@senador.leg.br'; 'reginasousa@senadora.leg.br'; 'reguffe@senador.leg.br'; 'renan.calheiros@senador.leg.br'; 'roberto.muniz@senador.leg.br'; 'roberto.requiao@senador.leg.br'; 'robertorochoa@senador.leg.br'; 'romario@senador.leg.br'; 'romero.juca@senador.leg.br'; 'ronaldo.caiado@senador.leg.br'; 'rose.freitas@senadora.leg.br'; 'sergio.petecao@senador.leg.br'; 'simone.tebet@senadora.leg.br'; 'tasso.jereissati@senador.leg.br'; 'telmariomota@senador.leg.br'; 'valdir.raupp@senador.leg.br'; 'vanessa.graziotin@senadora.leg.br'; 'vicentinho.alves@senador.leg.br'; 'waldemir.moka@senador.leg.br'; 'wellington.fagundes@senador.leg.br'; 'wilder.morais@senador.leg.br'; 'zeze.perrella@senador.leg.br'

Assunto: CRIMES DA DESINFORMAÇÃO - FAKE NEWS - RODRIGO LOPES ENTREVISTA FLORA ARDUINI - Coord. Campanhas AVAAZ / COMENTÁRIOS

Prezados e prezadas,

é com tristeza crescente que vemos a fabulosa ferramenta – INTERNET - de extensão de nossa inteligência e de memória de conhecimento e cultura seculares, criada pela humanidade PARA BENEFÍCIO DA PRÓPRIA HUMANIDADE, sendo usada de forma errada e crescente em que a ignorância e a arrogância vão, como sempre, de mãos dadas para divulgar credulidades e curas milagrosas, como à de que vacina faz mal e provoca autismo, que comer determinadas frutas cura o câncer, de negação de conhecimento científicos como o de que a nossa Terra é plana e não tem forma esferoide, que o nosso Sol é que gira em torno da Terra e não o contrário, etc..etc.. etc..

Mas o pior de tudo é que a internet vem sendo utilizada para perpetrar crimes das mais diversas ordens, notadamente na (má) política de candidatos que se arrogam como salvadores da pátria, país do povo,.. gerando instabilidade democrática, o que, estranhamente, vem ocorrendo hoje em vários países (ler Fascismo de Madeleine Albright, por exemplo) , independentemente de esquerda ou direita pois só existe uma ideologia para as ditaduras que é o autoritarismo extremo. Provérbio chinês diz que mudanças de costumes e outras levam 7 gerações para se organizar e serem incorporadas por um povo ou cultura. Assim, apesar de se ter hoje uma dinâmica sociológica diferente daquela quando foi criado esse provérbio milenar (?), uma derrocada da democracia, desorganizando a sociedade como um forte retrocesso de civilidade, levará vários anos ou gerações para recuperar a capacidade de crítica construtiva perdida com a ditadura cuja ideologia será sempre a do poder pelo poder com um povo na ignorância e indivíduos totalmente submissos.

A entrevista da coordenadora de campanhas da AVAAZ pelo conhecido repórter Rodrigo Lopes no Caderno DOC de Zero Hora (30-31/5/20) aponta aspectos importantes destas

tentativas de desmoralização das estruturas democráticas via processo criminoso de disseminação robotizada com disparos de milhões de fakes contra adversários políticos, desvirtuamento dos fatos com propagandas de “feitos” (inexistentes) para capturar as pessoas mais simplórias e reforçar às já fanatizadas e, juntamente, incentivar ataques às estruturas democráticas públicas e privadas que, ainda, nos garantem alguma paz jurídica e institucional, mas que correm perigo de desmanche nestes tempos nebulosos aos quais se somam os altos riscos com a pandemia da COVID19.

Uma ideia (de curioso) de solução para minorar o problema das fakes seria à de que os *nerds* responsáveis pelas ferramentas de divulgação (twitter, facebook, whatsapp,...) desenvolvessem um sistema de identificação codificada de contas com o CPF, nome,.. real do responsável que seria incorporada a cada mensagem original junto com às de todos os que a repassassem como dados totalmente invisíveis e inacessíveis. Se despejadas em *nuvens* controladas, às dos milhões de disparos de robôs ficariam sem identificação e contra códigos de modo que o sistema não aceitaria repassar, bloqueando o fluxo da *fakes* e identificando com segurança os verdadeiros responsáveis pelas mensagens. A checar possibilidades com especialistas!!!

Manfredo Winge - <https://mw.eco.br/zig/hp.htm> [confraria democrática do bom senso]

Webmaster: [1º SITE do IG/UnB](#)

[Glossário Geológico Ilustrado](#)

[SIGEP Sítios Geológicos e Paleobiológicos do Brasil](#)

"Aqueles preocupados com o custo da educação deveriam antes considerar o custo da ignorância".

Derek Bok, ex-Reitor da Universidade de Harvard (*foi-me enviado por e-mail*)

PS ESTA MATÉRIA E TODAS AS CONTRIBUIÇÕES E CRÍTICAS (SE PERTINENTES E ADEQUADAS) SERÃO POSTADAS EM:

<https://mw.eco.br/zig/emails/POL200530CrimesDesinformacaoFakes.pdf>

mídia

TODOS CONTRA A DESINFORMAÇÃO

O que une as crises sanitária, política, econômica e social do mundo atual? A desinformação. Mas há uma solução – já comprovada – para resolvê-la, aponta Avi Tuschman, antropólogo evolucionista dedicado a pesquisar a inteligência artificial. Norte-americano de Stanford (Califórnia), ele defende que não podemos confiar nem em governos, nem em plataformas de tecnologia, e que por isso essa solução depende de projetos colaborativos e independentes promovidos pela sociedade civil – como a Wikipédia. Tuschman, que recentemente falou sobre o tema no Ciclo de Palestras de Temas Atuais de Direito Internacional, promovido pela Universidade Federal do Pampa (Unipampa) é autor, entre outros, do livro Our Political Nature: The Evolutionary Origins of What Divides Us (“Nossa natureza política: as origens evolutivas do que nos divide”, Prometheus Books). O texto a seguir foi veiculado originalmente em inglês no portal Fast Company e traduzido para o português especialmente para publicação nesta edição do caderno DOC de Zero Hora.

AVI TUSCHMAN

Pesquisador de inteligência artificial, empreendedor associado ao acelerador StarX, da Universidade de Stanford

O aspecto mais distópico de nossa época não é o fato de enfrentarmos grandes desafios, mas o de não termos crenças em comum suficientes que nos possibilitem encarar transições políticas incruentas, hesitação quanto a vacinas, tensões raciais e ainda mudanças climáticas, tudo ao mesmo tempo. Hoje em dia, nosso corpo político sofre com uma infecção informativa que afeta nossa capacidade de responder de modo adequado a todas essas graves e simultâneas ameaças.

Informações errôneas são injetadas a todo instante em nossos canais de mídia social para manter a sociedade dividida, desconfiada e paralisada. Recomendações guiadas por inteligência artificial quanto a conteúdos criados por usuários exacerbaram a polarização política. E até governos estrangeiros trabalham na manipulação de algoritmos para interferir nas eleições estrangeiras – foi o caso nos EUA, tanto no pleito de 2016 quanto no de 2020. Informações errôneas financiadas pela Rússia e catapultadas a partir do YouTube continuam a gerar bilhões de acessos após os anos de eleição, fomentando movimentos conspiratórios que o FBI considera uma ameaça terrorista doméstica.

As redes sociais também são o vetor primário da “infodemia” da covid-19, que contribui para um dado estarrecido: o de que 60% das mortes estimadas seriam evitáveis. O próprio diretor da Organização Mundial da Saúde (OMS), Tedros Adhanom

Ghebreyesus, reconheceu:

– Notícias falsas se alastram mais rapidamente e mais facilmente do que o vírus e são tão perigosas quanto ele.

O que deu errado?

Google, YouTube e Facebook são os três maiores websites do mundo fora da China. O trio organiza as informações globais de acordo com algoritmos que se baseiam na popularidade. Apesar dos benefícios dessas plataformas, essa popularidade tem uma relação incômoda com a veracidade: conteúdos virais espalham rapidamente informações pouco confiáveis. Mais de 25% dos vídeos mais vistos no YouTube em inglês sobre o coronavírus contêm desinformação. No Twitter, pesquisadores do Massachusetts Institute of Technology (MIT) calcularam que notícias falsas se alastram seis vezes mais rápido do que as informações verídicas.

Como podemos aprimorar nossos sistemas de informação para mudar esse cenário e salvar vidas? Como apontou Steve Rosenbaum, do New York City Media Lab, não é possível confiar inteiramente nem nas plataformas de tecnologia, nem em governos para regular a internet, “então é como se quiséssemos uma entidade mágica, que no entanto não é o governo, nem o Facebook, nem o YouTube, nem o Twitter”.

Rosenbaum está coberto de razão: resolver essa crise de informações errôneas requer uma terceira entidade “mágica” que não tenha incentivos para manipular as informações por motivos econômicos ou políticos. Contudo,

são as empresas de tecnologia que conseguiriam construir um sistema suficientemente veloz e expansível para distinguir fatos de inverdades. Uma solução como essa não é apenas teórica; seus componentes já estão desenvolvidos e são usados.

Entre os maiores websites do mundo, há um caso excepcional que não evoluiu para organizar conteúdos a partir da popularidade. O quinto maior website do planeta (sem contar a China) organiza as informações de acordo com fatos documentados de modo confiável. Está acima de Amazon, Netflix, e Instagram. Falo da Wikipédia.

Porém, o quão correta a Wikipédia é de fato? Em 2005, um estudo cego publicado na revista Nature concluiu que a Wikipédia não continha erros mais sérios do que a enciclopédia Britannica. Em 2007, um periódico alemão replicou esses resultados em relação à Bertelsmann Enzyklopädie e à Encarta. Em 2013, a Wikipédia já havia se tornado o recurso médico mais consultado do mundo, com 155 mil artigos escritos em mais de 255 idiomas e 4,88 bilhões de acessos a páginas naquele ano. Entre 50% e 70% dos clínicos e mais de 90% dos estudantes de Medicina hoje utilizam a Wikipédia como fonte de informações de saúde.

A Wikipédia está sendo citada em documentos de tribunais federais e serve de fonte para o Siri da Apple e para a Alexa da Amazon. O Google com frequência aproveita conteúdos da Wikipédia, fornecendo trechos para o Painel de Conhecimento de seu sistema de busca. A abordagem da Wikipédia quanto à covid-19 foi

TODOS CONTRA A DESINFORMAÇÃO

© Zero Hora – Caderno DOC 25/4/21 (pg 11)

descrita pelo jornal Washington Post como “um raio de esperança em um mar de poluição”.

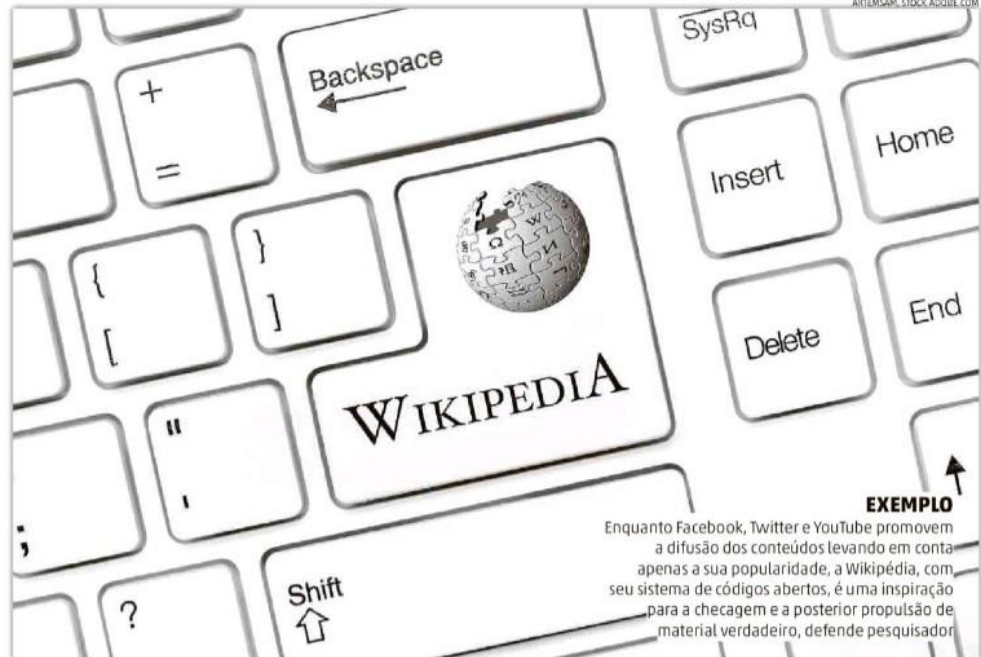
Como a Wikipédia tornou-se “a maior bibliografia da história humana” e “o local da averiguação pública de fatos”? A plataforma tem três políticas centrais simples de conteúdo: ponto de vista neutro, verificabilidade e “nada de pesquisa inédita”; além disso, é governada por centenas de páginas de políticas e diretrizes, que se tornaram um corpo de leis comuns.

Embora qualquer um possa enviar uma edição, a Wikipédia tem uma hierarquia formal de administração. Os editores buscam chegar a um consenso, mas a plataforma também oferece uma gama de mecanismos de resolução de conflitos. Aplica resultados sensíveis por meio de 11 métodos de proteção. A supervisão humana trabalha junto a robôs que reverterem vandalismos por meio de inteligência artificial, os quais podem fazer milhares de edições por minuto. É importante notar que isso tudo ocorre em um ambiente com registros transparentes.

O resultado dessa tecnologia extraordinária de verificação de fatos é absolutamente esclarecedor. Leia os primeiros parágrafos do artigo da Wikipédia sobre a “Controvérsia do aquecimento global”. Mais do que isso: compare o artigo da Wikipédia sobre “Vacinas e autismo” com os cinco primeiros resultados para essas palavras (em inglês) no YouTube, onde 32% dos vídeos sobre vacinas se opõem à imunização.

Plataformas de mídias sociais podem aproveitar-se dos pontos fortes da Wikipédia para reduzir seus pontos fracos. Elas deveriam providenciar um espaço de verificação de fatos com códigos abertos (*open-source*) em seus sistemas de moderação de conteúdo. Fazer isso não é apenas uma responsabilidade ética; também é uma jogada esperta para escapar do martelo das regulações.

Eis como poderiam funcionar: uma pequena porcentagem de conteúdos em redes sociais contém informações errôneas virais que fazem mal à saúde pública. Empresas de tecnologia deveriam



EXEMPLO

Enquanto Facebook, Twitter e YouTube promovem a difusão dos conteúdos levando em conta apenas a sua popularidade, a Wikipédia, com seu sistema de códigos abertos, é uma inspiração para a checagem e a posterior propulsão de material verdadeiro, defende pesquisador

começar a implementar políticas para habilitar a verificação de fatos *open-source* desse conteúdo. As plataformas poderiam utilizar vários mecanismos para direcionar conteúdos duvidosos a um processo de revisão distribuído. Então, usuários verificadores de fatos utilizariam os mesmos mecanismos e um software código aberto como aquele usado com êxito na Wikipédia para arbitrar a verificabilidade. O “processo visível” de verificação de fatos ocorreria em uma MediaWiki, por exemplo, preferivelmente governada por uma organização com diversas partes interessadas. O resultado desse processo seria como o texto da Wikipédia, em inglês, constituindo artigos que alcançariam quantidades adequadas de autores e uma unidade editorial.

Uma grande força de trabalho (usuários de redes sociais) já se encontra disponível para energizar essa solução. A Wikipédia demonstra que milhões de voluntários verificam fatos sem compensação monetária. Inclusive, a pesquisa mostra que as pessoas são “programadas” para punir

transgressões morais em troca apenas do estímulo de dopamina no cérebro. De fato, a punição altruísta já constitui boa parte da atividade nas redes sociais hoje em dia. As plataformas de tecnologia precisam apenas fazer uso desse instinto para clarificar desinformações nocivas.

Pesquisas mais aprofundadas quanto à verificação de fatos poderiam ajudar a deixar mais clara a escala necessária de um mecanismo de moderação de conteúdos efetuado por usuários. Editores da Wikipédia talvez não queiram trabalhar “em prol” de uma empresa com fins lucrativos. Porém, verificadores de fatos de redes sociais provavelmente virão de um conjunto maior de pessoas. Há precedentes quanto a trabalho colaborativo que contribui para grandes empresas de tecnologia. Por exemplo, o Local Guides enriquece o Google Maps com uma quantidade significativa de informações; esse ciclo de motivação funciona porque os envolvidos não têm motivações intrínsecas de trabalhar para o Google, mas simplesmente de ajudar amigos e familiares.

Ao recrutar verificadores de fatos, redes sociais deveriam deixar claros dois pontos importantes:

1. A verificação de fatos traz benefícios à comunidade ao reduzir as desinformações;
2. Conteúdos nocivos devem ser rebaixados e desmonetizados, reduzindo o lucro obtido com conteúdos falsos tanto para seus criadores quanto para as plataformas que os veiculam.

É preciso adaptar a tecnologia de verificação de fatos às redes sociais, maximizando a popularidade e as ramificações dos conteúdos circulantes. Se mantivermos a situação sem essa adaptação, viveremos em uma era pós-factual cada vez mais perigosa. Caso atenuemos o problema trazido por Facebook, YouTube e Twitter, inspirando-nos por exemplo na Wikipédia, nossa era da informação será bem-sucedida em partilhar o conhecimento, a compreensão e o bem-estar com todos.

Tradução: Vicente Nogueira
(Agência RBS)

Comentários & Réplicas

Prezados senhores senadores, colegas, amigos e demais,

Além, das sugestões apontadas pelo autor Avi Tuschman, pesquisador da Universidade de Stanford, ver nos comentários do artigo anterior (HÁ MUITO DINHEIRO NAS CAMPANHAS DE DESINFORMAÇÃO) algumas sugestões também.

Cada vez mais cidadãos estão cientes de que há muita mentira na WEB e estão aprendendo a rastrear **fake News**. Mas temos, também um outro lado que podemos chamar de **True News**. Assim, pegando o gancho do Prof. Avi da aposta na Wikipedia como uma fonte de checagem, pode-se pensar em implantar comissões verificadoras especializadas em sistemas mundiais de colaboradores credenciados na determinação de verbetes cientificamente corretos, por um lado, e de conceitos errados, mentiras, etc.. pelo outro.

Assim, por exemplo, para os verbetes corretos se teria, em minha área de geologia, glossário(s) análogo ao Glossário Geológico Ilustrado (<http://sigep.cprm.gov.br/glossario/index.html>), vinculado ao site de Sítios Geológicos e Paleontológicos do Brasil, mas “traduzido”(s) para uma linguagem popular desenvolvendo-se aplicativos para consultas em celular e demais plataformas. Cordialmente

Manfredo Winge - <https://mw.eco.br/zip/hp.htm> [confraria democrática do bom senso]

Webmaster: [1º SITE do IG/UnB](#)

[Glossário Geológico Ilustrado](#)

[SIGEP Sítios Geológicos e Paleobiológicos do Brasil](#)

"Aqueles preocupados com o custo da educação deveriam antes considerar o custo da ignorância".

Derek Bok, ex-Reitor da Universidade de Harvard (foi-me enviado por e-mail)

Voltar para: [SITE](#) ou [Para Reforma Política](#)



ENVIE SEUS COMENTÁRIOS

Caro internauta. A sua participação com comentários, sugestões, **críticas**,... é sempre bem vinda e poderá ser postada, **caso o texto**, coerente com o assunto abordado, tenha redação adequada a um *forum* de debates pautado no bom senso - clique na caixa de correio e envie, indicando o assunto como título do texto e torne-se um confrade da CONFRARIA DEMOCRÁTICA DO BOM SENSO - CLIQUE ***Para informar ou cancelar seu endereço de e-mail***

Para localizar qualquer assunto ou nome pressione ‘Ctrl’ e ‘F’ simultaneamente e digite parte da palavra procurada no quadro que se abre