

10 maneiras DE ENFRENTAR A desinformação



Como enfrentar a desinformação sem fragilizar a liberdade de expressão?

A produção intencional de desinformação para gerar danos não é um fenômeno novo, mas ganha contornos diferentes a partir da massificação do acesso à conexão e a dispositivos móveis, da popularização dos meios para produção de mídias em variados suportes, da consolidação de um punhado de plataformas globais que suportam conteúdos gerados por terceiros - cujo negócio está assentado na coleta de dados, publicidade microssegmentada e manutenção de audiência -, e a migração do compartilhamento de conteúdos para sistemas de mensageria instantânea, como o WhatsApp e o Telegram.

Certamente, diante de um fenômeno tão complexo e com novos contornos, restam poucas certezas, mas importantes de serem afirmadas.

É preciso enfrentar a desinformação com vistas a fortalecer a esfera pública de debate, ou seja, sem colocar em risco o direito ao acesso à informação, à liberdade de expressão, à privacidade, ao devido processo legal, bem como é essencial assegurar a adequada punição a infrações e crimes, promovendo também o direito à reparação.

Considerando que está vigente no Congresso Nacional a Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) das Fake News, que tem a prerrogativa de investigar a criação de perfis falsos e ataques cibernéticos para influenciar as eleições do ano passado, com prejuízo ao debate público, é importante compreender os riscos e oportunidades envolvidos na inclusão, em relatório final, de recomendações legislativas acerca do tema.

O que evitar?

No Brasil a maior parte dos projetos de lei que tratam do assunto atualmente em tramitação no Congresso visam criminalizar os usuários por compartilhar conteúdos falsos. É uma abordagem simplista, que ignora a complexidade do problema, os debates e consensos obtidos ao longo da tramitação e aprovação do Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2014) no Legislativo e as recomendações de organismos internacionais.

O equívoco consiste na escolha do objeto da regulação (o usuário) e no tratamento estritamente penal, o que pode levar a maior sobrecarga do legislativo e do sistema prisional, bem como à censura e autocensura - uma vez que não há definição consistente de desinformação que possa ser aplicada sem consideração de uma infinidade de fatores.

Outra abordagem repetida e também simplista, ainda que não criminalizante, está na transferência de responsabilidade pela seleção e ordem de exclusão de conteúdos desinformativos aos provedores de aplicações que utilizam conteúdo gerado por terceiros.

De acordo com o Marco Civil da Internet, no art. 19, o provedor de aplicações somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de informações geradas por terceiros após determinação da Justiça para que tome alguma medida e não atenda no período determinado. Tal regra foi criada para garantir segurança jurídica às plataformas, de maneira que não sejam obrigadas a prosseguir com um pedido de remoção ilegítimo e, assim, protejam o exercício da liberdade de expressão. Isso não significa que as plataformas não possam realizar moderações de acordo com suas políticas (desde que não entrem em confronto com a legislação brasileira). Tal moderação pode acontecer, mas se for imposta por lei a decisão acerca de algo tão complexo, em vez de ser feita pelo Estado, passará para a responsabilidade de empresas privadas, ampliando os riscos de cerceamento à liberdade de expressão e de redução da pluralidade dos conteúdos disponíveis online. Vale lembrar que, pela lei atual, os casos relacionados à honra, à reputação ou a direitos de personalidade já podem ser apresentados perante os juizados especiais.

Vale considerar formas de acelerar os processos de análise de conteúdo com intenção de gerar danos por parte do Judiciário - que, sim, é muito lento - como fortalecer os processos judiciais de natureza civil e, assim, atender aos padrões internacionais de proteção à liberdade de expressão que apontam a necessidade de medida de intervenção na circulação de informações estar sob responsabilidade de juízes, formados para isso, preparados para uma análise que equilibre a liberdade de expressão com os demais direitos e cujas decisões estão sujeitas ao escrutínio público e análise por instâncias superiores.

Mas então, o que fazer?

O Intervozes entende que apenas será possível construir um fluxo de informações saudável para a cidadania e democracia por meio de uma série de medidas. Não há saída mágica para o problema da desinformação. Precisamos enfrentá-lo na sua complexidade. Aqui elencamos algumas sugestões.

01

Punir o uso artificial e industrial de plataformas de mensageria instantânea

Por trás de estratégias de campanhas de desinformação no WhatsApp estão empresas que realizam métodos de automação e envio massivo. **Disparar mensagens em massa a partir de sistemas automatizados é uma prática proibida pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), mas é preciso avançar na identificação e punição de tais empresas.**

O WhatsApp, empresa do conglomerado Facebook, durante o período eleitoral, anunciou o banimento de centenas de milhares de contas do aplicativo. Os perfis são suspeitos de compartilhar notícias falsas e foram rastreados com ajuda de um filtro que identifica spam automaticamente. Segundo a empresa, a lista inclui números de agências que comercializam disparo de mensagem em massa, mas tais empresas, até o momento, não foram devidamente investigadas. Por que?

Não há proposta legislativa que possa levar a um fluxo informacional sadio se os crimes não são investigados e os responsáveis devidamente punidos.

02

Direito de resposta rápido e proporcional

Para combater a desinformação, também se faz necessário buscar rápidos instrumentos de reparação do dano, considerando o alcance e a velocidade da distribuição da mensagem que motivou a garantia de direito de resposta, a fim de que este possa chegar a um público amplo e potencialmente atingido.

Ao conceder direito de resposta, o Judiciário deve levar em consideração o alcance e a velocidade da publicação do conteúdo que motivou o pedido de reparação e propor medidas que viabilizem repercussão ampla. A disseminação das mensagens de desmentido ou esclarecimento deve chegar aos usuários atingidos pelos conteúdos enganosos na mesma velocidade ou até mesmo em rapidez maior em casos específicos (como na reta final de eleições).

03

Proteger os dados pessoais e fiscalizar seu uso

Boa parte da operação de distribuição de desinformação gerada intencionalmente e de forma massiva para produzir dano está assentada no uso de dados pessoais. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) foi aprovada justamente para garantir os direitos dos titulares de dados, criar bases legais para estes tratamentos e fiscalizar o uso deste importante ativo na era da informação. **Se a LGPD for respeitada, a efetividade das práticas de desinformação poderá ser reduzida e, assim, desestimulada.** Uma das medidas já recomendadas pela ONG Safernet é a vedação à utilização de características do público-alvo para direcionamento de publicidade por meio dos impulsionamentos, como aquelas relacionadas a atributos sensíveis como origem racial ou étnica, convicções religiosas, a filiação a sindicatos ou organizações de caráter religioso, dados referentes à saúde ou à vida sexual.

É preciso, porém, que a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) tenha autonomia política e independência financeira para realizar o trabalho de educação, fiscalização e sanção da lei. Vale também atualizar a legislação eleitoral para adequá-la à LGPD, colocando o cidadão no controle do uso que partidos e campanhas eleitorais fazem hoje de seus dados.

04

Vedar a publicidade de candidatos e campanhas online

Recentemente, o Twitter anunciou que não mais aceitará publicidade política em sua plataforma. Não apenas a publicidade paga por candidatos será coibida, mas a publicidade política como um todo. Isso porque o Twitter entende que os anúncios políticos da Internet apresentam desafios totalmente novos ao discurso cívico: otimização baseada em aprendizado de máquina de mensagens e segmentação múltipla, informações enganosas não verificadas e as deep fakes, montagens imperceptíveis. Tudo com velocidade crescente, sofisticação e escala esmagadora. Se o Twitter pode fazer, por que as demais plataformas não seguem este caminho?

Da mesma forma que na era da radiodifusão se definiu que as inserções de campanha seriam regidas por regras de forma a dar visibilidade proporcional ao tamanho das coligações, e não apenas ao poder econômico das candidaturas, também na Internet não pode vigorar a regra de que quem paga mais sai ganhando. O fim da publicidade paga de candidatos na Internet também impactará de maneira positiva na distribuição de desinformação paga online.

Em 2018, a organização SaferNet apresentou 14 propostas para o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) sobre essa questão, entre elas a vedação aos chamados hidden posts ou dark posts, postagens pagas direcionadas a um público específico que o resto da população não consegue ver; e vedação do pagamento de anúncios e impulsionamento de conteúdo político em moeda estrangeira, conforme documento entregue, porém não assimilado pelo Tribunal.

Acrescentamos a necessidade das plataformas oferecerem ao TSE, durante o período eleitoral, visibilidade acerca de publicações de grande alcance, mesmo as não impulsionadas, que citem candidatos, coligações e partidos, de forma que o órgão proativamente analise a necessidade de tomar medidas, como oferecer direito de resposta ou sugerir restrições ao alcance de determinados conteúdos.

05

Acesso integral às aplicações de Internet

A maioria dos brasileiros hoje acessa a Internet por banda larga móvel, no celular, e não dispõe de pacotes de dados perene. Impera, assim, no Brasil, o uso limitado da Internet a poucas aplicações, por meio dos chamados acordos de zero-rating (ou tarifa zero) que as operadoras de telefonia firmam com determinadas plataformas. Neste modelo, a navegação acaba restrita a tais aplicações e a checagem de informações, assim como a leitura de uma matéria em sua integralidade no site de origem, por exemplo, são comprometidas, fortalecendo o fenômeno da desinformação com base em imagens e títulos, que não raras vezes se utilizam de estratégias chamativas em busca de cliques e não apresentam os fatos em sua complexidade.

Assim, conter a desinformação requer a ampliação do acesso à conexão de qualidade e a preços módicos e à Internet integral. Uma das medidas importantes neste sentido é proibir o bloqueio da navegação após o fim da franquia de dados, garantindo às operadoras do Serviço Móvel Pessoal e do Serviço de Comunicação Multimídia a liberdade de reduzir a velocidade de navegação, desde que não inviabilize o direito de acesso.

06

Transparência e autonomia diante de algoritmos

É fundamental considerar o efeito dos novos modelos de distribuição de conteúdo na construção da esfera pública. Neste sentido, é relevante o impacto do uso de algoritmos na filtragem e priorização de conteúdo, na busca por notícias e informações em plataformas. O viés na escolha de informações sempre existiu, mas a possibilidade de circunscrição não consciente do cidadão em determinado espectro de informações políticas que se tem hoje é algo completamente diferente e gera o efeito bolha, um dos resultados negativos não previsto e não intencional deste modelo de negócios.

Para reverter danos, é importante assegurar a possibilidade de escolha do conteúdo visualizado pelo usuário (em feeds de notícias, resultados de busca, serviços de acesso a notícias e similares) e tornar transparentes os critérios utilizados pelos algoritmos para a sua ordenação e/ou direcionamento, se possível explicitando os efeitos para o usuário. As grandes plataformas devem fornecer mecanismos de filtragem personalizados de forma transparente, explícita, revogável/editável e sob o controle do usuário, para que eles sejam os que finalmente decidam o conteúdo que desejam priorizar e como fazê-lo (por exemplo, podem preferir ver conteúdos postados por ordem cronológica e não a partir da definição de seu perfil) e nas ações de priorização de conteúdos online acessíveis ao usuário (feeds, resultados de busca e outros). Acordos comerciais que interferem na organização dos conteúdos devem ser informados de forma visível junto aos conteúdos.

É fundamental, ainda, que se avance em medidas positivas de promoção de diversidade e pluralidade nas plataformas, permitindo que os algoritmos sejam utilizados para ampliação do fluxo comunicacional, situação inversa ao que temos atualmente, em que alguns conteúdos não têm alcance desejado na internet por causa da priorização algorítmica.

07

Quebra dos monopólios e oligopólios digitais

Como nos meios tradicionais, o cenário de concentração nos meios digitais impede a diversidade e pluralidade no debate público, fragilizando as sociedades democráticas. Neste sentido, considerando a especificidade da comunicação por sua natureza simbólica (cultural/social/política), é preciso aliar ações de promoção da concorrência e políticas antitruste às teorias e práticas de proteção e promoção da liberdade de expressão, pluralismo e diversidade.

Por este entendimento, é preciso que reguladores e autoridades responsáveis pela aplicação da concorrência e das políticas públicas para a comunicação devem desenvolver análises e ações ex ante, como prognósticos sobre o impacto da concentração econômica sobre a diversidade e pluralidade. Mais tarde, com os mercados já definidos, é muito difícil corrigir assimetrias que acabam se tornando estruturais.

Assim, devem ser efetivadas restrições à propriedade horizontal, vertical e cruzada para agentes com poder de mercado significativo. No caso das grandes plataformas, é importante haver desmembramento dos vários negócios de um mesmo agente.

08

Incentivos ao jornalismo responsável, plural e diverso

A diversidade de vozes e posições é um fator essencial para a saúde da democracia. Assim, **é preciso avançar em regras para impedir o monopólio e oligopólio nos meios de comunicação, como requer a Constituição, e elaborar mecanismos de incentivo à produção de conteúdo responsável que visem à promoção do interesse público.** Ainda, é fundamental que, para a aplicação dos recursos públicos em veículos de comunicação, sejam estabelecidas regras objetivas e amplamente divulgadas, que considerem não apenas a audiência, mas a diversidade, bem como o compromisso com o interesse público, em consonância com o artigo 221 da Constituição. Ainda que estas sejam diretrizes para a comunicação que utiliza de espectro público, devem ser guias também para o investimento de recursos públicos no setor midiático em geral.

09

Educação midiática

Por fim, é preciso criar, desde já, instrumentos para fomentar a análise crítica sobre os meios de comunicação tradicionais e novos junto ao conjunto da população, em larga escala. **A escola é certamente um local privilegiado de formação, mas não deve ser o único. Vale ressaltar que qualquer formação para a mídia precisa ir além da análise dos conteúdos e abordar também a estrutura econômica dos meios no Brasil e no mundo, bem como a regulação prevista no país e em outras jurisprudências.** Apenas assim será possível formar cidadãos críticos quanto ao fluxo de informações, considerando conteúdos e também interesses políticos e econômicos das empresas de comunicação, não necessariamente observáveis na análise individualizada das produções de texto, vídeo etc.

Concretamente, é preciso desenvolver, a partir da participação multissetorial, a proposição de um processo pedagógico amplo que envolva os meios de comunicação e a escola; inserir a educação para mídia no currículo escolar, partindo da premissa da escola como exercício reflexivo do que acontece na vida das pessoas; bem como apoiar, por meio de políticas públicas, ações de educação midiática desenvolvidas por organizações da sociedade civil nos diversos territórios.

10

Transparência na comunicação dos servidores

Pela ausência de procedimentos que garantam o armazenamento das comunicações dos servidores públicos e sua disponibilização periódica para controle social, vale a discussão acerca da necessidade de regulação dos canais oficiais de comunicação à disposição dos servidores, bem como dos processos para guarda, armazenamento e posterior disponibilização pública destes registros públicos para acesso pela sociedade brasileira.

Contatos

intervozes@intervozes.org.br

(11) 3877 0824

www.intervozes.org.br

Twitter: @intervozes

Facebook: /intervozes

Instagram: @intervozes