

VAZA, FALSÍANE!

MÓDULO 4

— COMO USAR O DIÁLOGO PARA COMBATER AS NOTÍCIAS FALSAS —



VEJA ESTE MÓDULO NO SITE

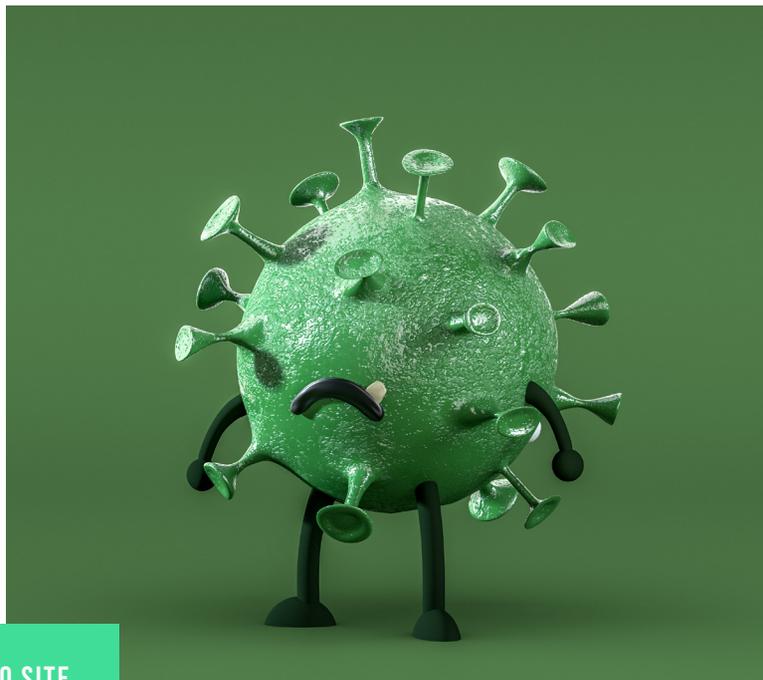
MÓDULO 4

DESINFORMAÇÃO NA PANDEMIA E ALÉM



1

FAKE SCIENCE: COMO O COMBATE À PANDEMIA FOI SABOTADO



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

O ano de 2020 parece ter sido um grande buraco negro: fomos todos sugados pelo peso enorme e inevitável da pandemia do novo coronavírus. Nos piores momentos, ficou difícil de ver alguma luz no fim do túnel. Muita gente não pôde sair de casa, e o noticiário parecia também preso em um só tema.

Não demorou para a pandemia inspirar notícias falsas. Esse era o tema que mais atraía a atenção do público, e os propagadores de desinformação não iam perder uma oportunidade de atrair gente confusa, sem saber o que fazer. Nesse momento em que nossa vida parecia mudar, e novos medos e regras surgiam no horizonte, não faltou informação desencontrada.



1.1

VACINAS: QUEM CONFIA EM FAKE NEWS CORRE RISCO DE FICAR SEM PROTEÇÃO



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Estamos presenciando um problema que pode ter ficado mais evidente em 2020, mas não é novidade, nem se restringe à pandemia. **Pesquisadores da Universidade Federal Fluminense** já alertavam para a proliferação da chamada “fake science”: como as fake news simulam o formato jornalístico para propagar informação sem checagem, a fake science parece usar uma maquiagem de discurso científico, mas propaga informações que vão contra o conhecimento científico consolidado e não tem embasamento em pesquisas verificáveis.

Essa “ciência falsa” inclui desde casos de fraude até formas de negacionismo, como quem questiona mudanças climáticas até absurdos como a ideia de que a terra seria plana.



Movimentos de fake science se aproveitam das conexões digitais para se organizar e estão se expandindo com velocidade. Em outros países, por exemplo, existem vastas redes que tentam diminuir a confiança da população sobre a segurança e a eficácia de vacinas.

Esses grupos se baseiam em **estudo que já foi provado como incorreto** e foi retirado dos arquivos do periódico que o publicara – algo raro na ciência e que só acontece quando as informações apresentadas não se sustentam mais. O autor desse estudo falso, inclusive, acabou sendo responsabilizado criminalmente pela fraude, e perdeu seu registro médico.

Pode não parecer, mas esse caso ajuda a entender como funciona a ciência. Para um conhecimento ser científico não basta alguém simplesmente apresentar suas conclusões. É necessário que outros especialistas possam replicar os estudos, ou seja, tentar repetir o experimento com o mesmo método e chegar a resultados próximos.

No caso do estudo incorreto das vacinas, nenhum outro pesquisador chegou aos mesmos resultados que sugeriam danos graves. Evidentemente, algumas vacinas podem causar algumas reações, mas seus benefícios são muito maiores, pois evitam que milhões de pessoas adoçam.

Ainda assim, parece que tem gente que não quer entender que vacinas salvam vidas. Muito conteúdo falso rodando pelas redes sociais apresenta as histórias mais absurdas, sem um fiapo de prova. Especialistas e verificadores de fato já provaram que essas **teorias da conspiração são falsas**, mas mesmo as mais malucas ainda parecem conquistar alguns adeptos.

Especialistas do Ministério da Saúde consideram que a proliferação de notícias falsas podem ser um dos fatores para a recente **queda na cobertura de vacinação** contra doenças



que pareciam estar sob controle, como poliomielite e hepatite. Se a vacinação não atingir uma parcela mínima da população, essas doenças podem voltar a circular com explosão de casos e fazer muito estrago, pois podem contaminar quem não se protegeu previamente.



1.2 PANDEMIA E PANDEMÔNIO DAS FAKE NEWS



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Quando as primeiras vacinas contra o novo coronavírus ainda estavam nos testes iniciais, já começaram a se multiplicar boatos e invenções malucas questionando seus efeitos. Estudo da **União Pró-Vacina (UPVacina), da USP Ribeirão Preto**, identificou que informações falsas ou distorcidas sobre essas novas vacinas cresceram quase cinco vezes entre maio e julho de 2020 nas redes sociais brasileiras.

Pesquisa internacional da **Avaaz** indica que páginas com informações falsas sobre a saúde atingiram 3,8 bilhões de visualizações em cinco países durante um ano - e dez desses maiores sites conseguem alcançar mais usuários em redes sociais do que instituições oficiais de saúde. Ou seja, a informação incorreta está sendo mais propagada do que os dados e recomendações com embasamento científico.



Mesmo as recomendações mais simples (como o uso de máscaras de proteção, a necessidade de higienização e a recomendação para manter distanciamento físico, evitando aglomerações) parecem ter perdido espaço na confusão de informações falsas que circularam nos últimos meses.

Verificadores de fatos já checaram centenas de boatos que circulavam em volume cada vez maior pelas redes sociais, mas a onda de desinformação parece não estar próxima do fim.

Justo na hora em que era necessário ter mais cautela para evitar o contágio da doença, muita gente parece ter entrado em pânico e saiu por aí espalhando qualquer bobagem que encontrava online - ou ignorou todos os alertas e minimizou a ameaça, sem tomar os cuidados mais básicos. O resultado nós encontramos nos milhões de contaminados e nas centenas de milhares de mortos em países como o nosso, que ignorou de forma generalizada as recomendações sanitárias mais elementares. Na luta pela preservação das vidas, a ignorância ganhou os primeiros rounds.



1.3 E AGORA, COMO SAÍMOS DESSA?



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Não adianta tentar ignorar a situação em que nos encontramos. Mas podemos tentar sair desse buraco que ajudamos a cavar. Em primeiro lugar, não podemos mais desprezar as recomendações das autoridades médicas e especialistas da área. É importante acompanhar a **Organização Pan-Americana da Saúde e a Organização Mundial da Saúde (OMS)**, que apresentam recomendações básicas, com informações atualizadas e embasadas em pesquisas científicas.

Nessa epidemia de fake news sobre a saúde, continuam valendo todas as recomendações que já indicamos neste curso para verificar informações online. Vale conferir o que agências de checagem de fatos como **Lupa** têm publicado sobre a pandemia – elas podem ser consultadas na hora em que você encontrar algo duvidoso por aí. O Ministério da

Saúde também tem uma página especial chamada **“Saúde Sem Fake”**, que recebe conteúdos duvidosos e publica correções ou confirmações a partir de consulta com especialistas do ministério.

Não adianta entrar em pânico e acreditar em tudo que você ouve por aí, mas também não se pode fingir que o problema não existe: ambas as condutas podem trazer consequências graves. Com cautela, seguindo as recomendações sanitárias, precisamos assumir nossas responsabilidades e cuidar da nossa saúde e das vidas das pessoas ao nosso redor.



2

MANIPULAÇÃO EMOCIONAL: ÓDIO E MEDO A SERVIÇO DA MENTIRA



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Aqui neste curso, a gente leva a educação e o debate racional muito a sério. De fato, uma visão questionadora diante dos conteúdos que a gente consome e produz é essencial para a vida prática. Você já conhece um de nossos mantras: informação de qualidade leva a decisões de qualidade. Ser mais racional e menos passional é um caminho fértil para viver melhor. Assunto resolvido?

Longe disso. Há um aspecto para o qual se presta pouca atenção, mas que a gente não pode ignorar. Estamos falando do papel das emoções no dia a dia. E de como muitas vezes a gente está imerso em um oceano de afetos, positivos e negativos. Essas emoções podem turvar nossa capacidade de pensar e nos levar a tomar decisões irrefletidas, prejudicando nossas vidas e a de quem nos rodeia.

Antes de tudo, é preciso abandonar a ilusão de que as pessoas agem guiadas apenas por sua cabeça. Para ficar na figura dos órgãos humanos, nossas escolhas devem muito ao coração – e no contexto atual, também ao fígado. O nome um pouco complicado deste capítulo tem a ver com o uso das emoções para enganar. A gente chega lá.



2.1 QUANDO A EMOÇÃO VENCE A RAZÃO



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Antes, um reconhecimento: claro que o afeto é fundamental na tomada de decisões. Sentimentos como indignação e compaixão são motores importantes para ações de solidariedade e de olhar para o outro que, no fundo, são um dos aspectos que nos distinguem como seres humanos. Mas muitas vezes eles invadem um terreno que deveria ser muito mais racional do que emocional...

Quer um exemplo concreto? Experimente tentar mudar o voto de uma pessoa. Imagine que você tem um amigo ou amiga que adooooora um candidato sabidamente corrupto. Você pensa:

– Essa vai ser fácil. É só mostrar reportagens confiáveis com as falcatruas comprovadas para a pessoa cair em si.

E é o que você faz. Mas, diferentemente do que você havia imaginado, seu amigo ou amiga mal escuta o que você tem a dizer. E depois de seu discurso inflamado, se sai com uma – ou várias – das respostas abaixo.

QUAIS VOCÊ JÁ OUVIU?

- **Beleza, mas todo mundo rouba. Não mudo meu voto.**
- **Pelo menos ele é sincero. Confio nele.**
- **E o outro partido, hein?**
- **Não me importa desde que seja um homem que defende Deus e a família.**
- **Ele é humilde e entende o povo.**
- **Está na cara que ele estava brincando. Já até pediu desculpas.**
- **Você está apoiando o outro lado, que é comunista e quer destruir as tradições**
- **Você está fazendo o jogo dos fascistas que querem matar os pobres!**
- **Tudo isso é fake news, a mídia é manipulada contra meu candidato.**

O que há em comum entre as respostas acima? Isso mesmo: todas elas são muito carregadas de uma avaliação emocional. É uma ilusão pensar que o voto seja uma escolha 100% racional. Não é. Na verdade, o exame das evidências, dos planos de governo, da ficha corrida dos candidatos – ou seja, o pensamento crítico – é exceção.



Acontece nas eleições, acontece na vida. O historiador, sociólogo e escritor Sérgio Buarque de Holanda (1902-1982), considerado uma das maiores referências no estudo das características que nos fazem brasileiros, já havia chamado a atenção para isso. Buarque de Holanda escreveu que nossa vida social seria regulada por “simpatias espontâneas”, que organizam nosso mundo em afetos e desafetos, pessoas e coisas de que gostamos e que detestamos. Isso é ainda mais evidente no atual contexto, o da pós-verdade. Não custa lembrar: pós-verdade é uma época – a nossa época – em que as opiniões importam mais que os fatos, em que a emoção dá de goleada na razão.



2.2 INSTRUMENTALIZAÇÃO E MANIPULAÇÃO



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Muita gente sabe do poder das emoções na tomada das decisões. E usa isso como uma arma para benefício próprio, alimentando na população afetos negativos como o medo e o ódio.

Isso é bastante evidente em momentos de aumento do autoritarismo. O livro clássico "Psicologia de Massas do Fascismo", do psicanalista austríaco Wilhelm Reich, mostra como os discursos de Adolf Hitler, nas décadas de 1930 e 1940, eram a base que sustentava o apoio popular ao nazismo.

O que fazia Hitler? Discursando para grande multidões, elegia adversários e os transformava em inimigos. A diferença, você sabe, é que adversários você vence dentro de um jogo. E inimigo você destrói.

Atribuindo a certos grupos sociais, como judeus, negros, ciganos e homossexuais a responsabilidade por diversos problemas sociais, do desemprego a doenças, o ditador alemão fez com que boa parte da população passasse a odiar essas pessoas e ver nelas uma ameaça.

O Holocausto, massacre em massa de judeus e outras minorias nos campos de concentração durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), foi alimentado por essa crença falsa, pelo medo e pelo ódio. Hitler, assim, “instrumentalizou” a população – ou seja, fez dela um instrumento para sua política de morte que matou milhões de pessoas.

Hoje, com distanciamento histórico, parece inaceitável como tanta gente pode acreditar em justificativas tão terríveis. A leitura do livro de Wilhem Reich nos chama atenção para o papel das emoções nessas crenças.

Isso de forma alguma justifica o que foi feito – o maior crime da história da humanidade –, mas ajuda a compreender como tamanha atrocidade foi possível. Olhar para esse tipo de manipulação é fundamental para evitar que ela volte a ocorrer. Há muita semelhança entre algumas táticas discursivas do nazi-fascismo com os da extrema-direita atual, em países tão diferentes quanto os Estados Unidos, Filipinas, Hungria, Polônia e Brasil.

De um ponto de vista individual, também serve como um importante alerta: de tempos em tempos, vale a pena nos analisarmos “de fora”.

E NOS FAZERMOS ALGUMAS PERGUNTAS:

1- Será que estou sendo excessivamente guiado por emoções na minha tomada de decisão?

2- Será que essas emoções podem estar sendo trabalhadas



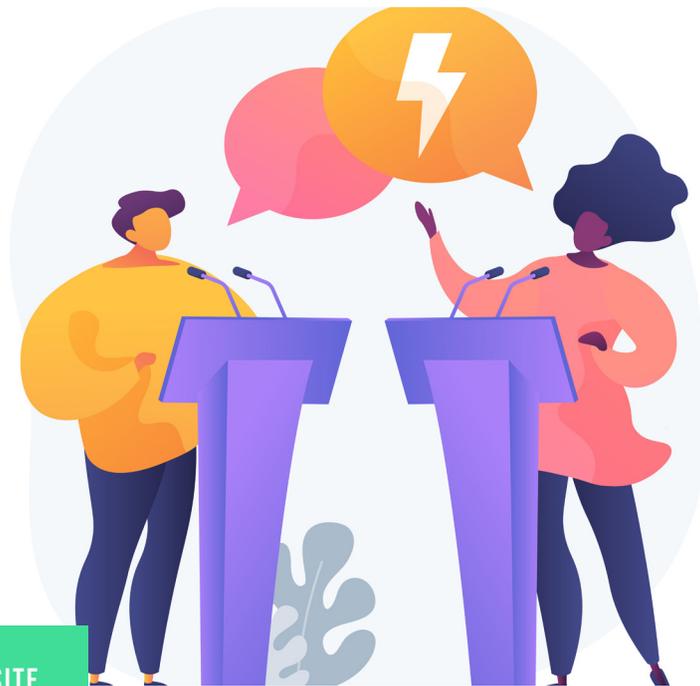
em mim por outras pessoas? Ou seja, posso estar sendo manipulado por alguém?

3- Será que estou defendendo certas opiniões apenas pelo fato de que elas são minhas?

Achou estranha essa última afirmação? Pode parecer meio ridículo, mas isso acontece, sim. Tanto que psicólogos criaram um termo para defini-la: ego involvement, que em português significa “envolvimento do ego”. Ele nomeia as opiniões que defendemos com unhas e dentes não necessariamente porque acreditamos nelas, mas porque elas são importantes para nossa auto-estima, para nosso pertencimento em um grupo, para que a gente não tenha de admitir que estávamos errados. Em resumo, são justificativas puramente emocionais.



2.3 VALE A PENA APOSTAR NO DEBATE



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

A postura do “nada muda” pode levar a um imobilismo cínico e perigoso – sobretudo, irreal, porque as coisas mudam, sim. O importante, porém, é reconhecer o papel dos afetos na tomada de decisão.

Isso significa, por exemplo, que importam muito os laços que você possui com a pessoa com quem está debatendo. Gente mais próxima e com quem temos abertura para conversar são as pessoas com as quais podemos exercer maior influência. Tanto melhor se a conversa se der de modo civilizado e respeitoso, sem que a gente leve o que está sendo dito para o lado pessoal.



Também é importante persistir. A sociologia mostra que as ideias que mais impactam nossos pontos de vista e as maneiras como agimos são aquelas com as quais a gente tem mais contato durante a vida. É justamente por isso que a família impacta – para o bem e para o mal – nossas formas de ser, agir e pensar de forma tão forte.

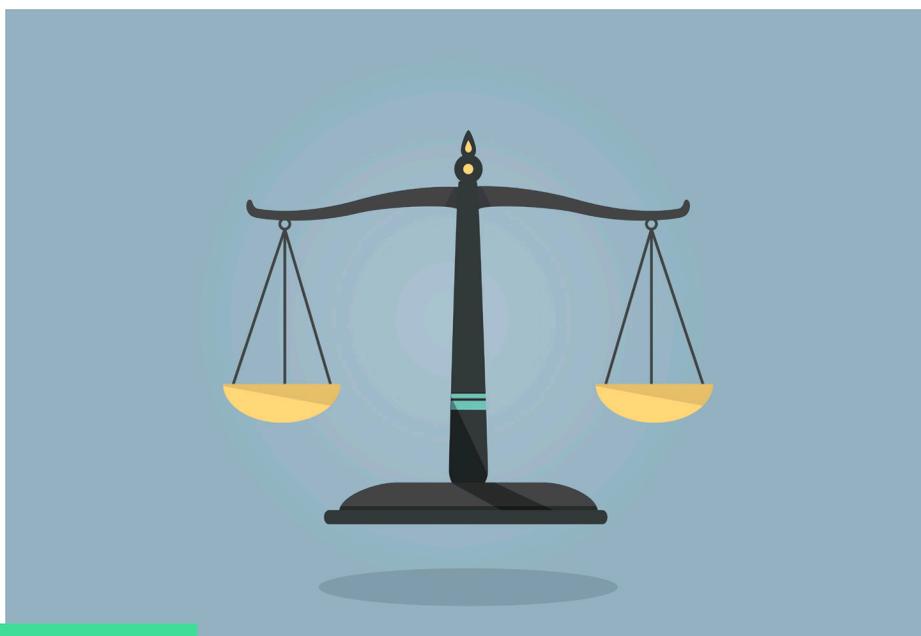
Também vale muito a pena cuidar da qualidade do debate. Veja as alternativas colaborativas na hora da discussão com quem pensa muito diferente de você:

- **Repreender educadamente o interlocutor por sua escolha.**
- **Buscar pontos em comum que possam manter a troca de ideias, apenas das diferenças.**
- **Praticar a escuta atenta, sem julgamento.**
- **Bloquear a pessoa para preservar sua sanidade mental.**
- **Escrever textão nas redes sociais, mas preservando o interlocutor sem citar seu nome.**
- **Tentar entender quais as razões da opinião, prestando atenção às motivações emocionais.**
- **Mandar todo dia fontes de informação que questionem o que seu interlocutor te disse.**
- **Dizer que continua aberto para o debate.**

Se você viu pontos em comum, praticar a escuta atenta, tentar entender as razões da opinião e dizer que continua aberto para o debate, acertou! O debate nunca é algo simples – e quando há emoções fortes envolvidas, é mais complicado ainda. No entanto, segue sendo uma das ferramentas mais importantes para a construção de uma sociedade em que as pessoas tenham pontos de contato.

3

LEIS E PROJETOS CONTRA FAKE NEWS

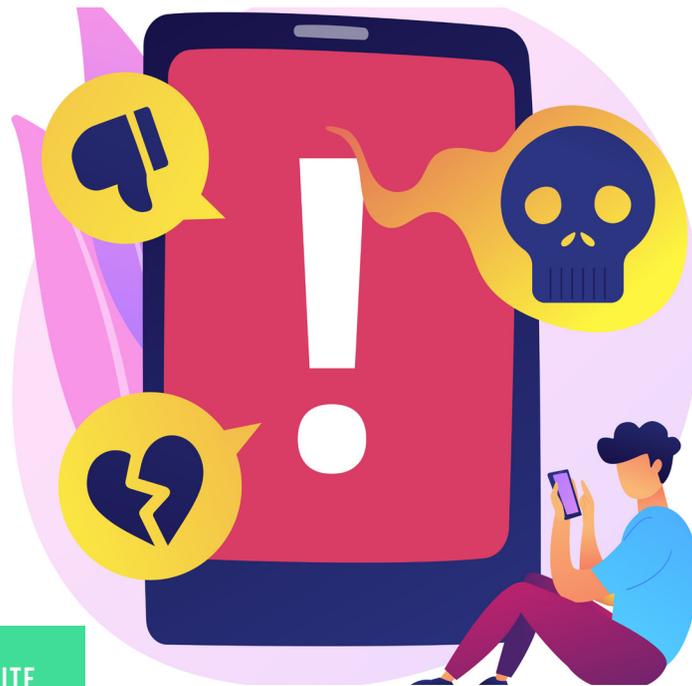


VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE



3.1

CALÚNIA, DIFAMAÇÃO E INJÚRIA: RELEMBRANDO O QUE A LEI JÁ PROÍBE (FAZ DÉCADAS)



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

A internet não inventou a mentira. Antes já existia informação falsa circulando por outros canais, e a justiça pune quem cria ou espalha conteúdo ofensivo. Essas mesmas leis que proíbem a disseminação de mentiras e acusações infundadas na vida real também se aplicam ao espaço virtual.

Como já discutimos com mais profundidade em módulos anteriores, crimes como calúnia, difamação e injúria podem trazer punições como multa e até prisão.

O **Código Penal** brasileiro é de 1940, mas foi atualizado diversas vezes desde então. Seu artigo 138 pune o crime de **calúnia**, que envolve atribuir falsamente um crime a quem não o cometeu, o que pode levar a até dois anos de detenção, além de multa. Vale destacar que esse crime se aplica para



quem inventa essa mentira e também para quem a divulga sabendo não ser verdade.

Também é crime a **difamação**, ou seja, imputar um fato ofensivo para a reputação de uma pessoa. Nesse caso, não se trata de inventar que outra pessoa teria cometido um crime inexistente, como no caso da calúnia. Trata-se somente de divulgar um boato que afeta negativamente a imagem pública de uma pessoa. O artigo 139 pune esse crime com multa e detenção por até um ano.

Finalmente, a **injúria** é uma ofensa contra a dignidade de uma pessoa e pode ser punido pelo artigo 140 com multa ou detenção até seis meses. Esse é um tipo de ataque mais íntimo. Ao contrário da calúnia e da difamação, que se conectam com a forma como somos vistos pelos outros (ou seja, nossa reputação), a injúria afeta a forma como uma pessoa vê a si própria (ou seja, seu decoro).

Desde 2003, esse mesmo artigo também destaca que, se a injúria envolver “elementos referentes a raça, cor, etnia, religião, origem ou a condição de pessoa idosa ou portadora de deficiência”, pode ser punida com mais severidade, incluindo reclusão de um a três anos, além de multa.

Esses crimes são parecidos e podem confundir, então vale a pena destacar as diferenças entre eles com um exemplo. Se você inventar ou divulgar por aí um boato falso que alguém roubou dinheiro, por exemplo, pode ser acusado de calúnia. Se espalhar por aí que seu colega pediu dinheiro emprestado, mas ainda não devolveu (o que, mesmo se for verdade, não é um crime, mas pode afetar negativamente a reputação dele), pode ser julgado por difamação. Se insinuar que uma pessoa é feia por causa de sua raça, pode ser condenado por injúria.



3.2

PUNIÇÕES MAIS DURAS PARA OFENSAS CONTRA CANDIDATOS



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Entretanto, essas punições tratam da reparação ao dano causado contra uma pessoa que foi o alvo direto da mentira ou da ofensa. Mas fake news às vezes envolvem personagens e locais inventados: nesse caso, quem é prejudicado?

Essas informações falsas podem trazer danos coletivos bastante sérios, mas difusos – ou seja, espalhados por toda a sociedade. O que fazer com um boato falso que sugere que uma doença séria não seria tão grave, ou poderia ser combatida com tratamentos ineficazes, sem comprovação e até danosos?



Também podem envolver uma informação que não é verdadeira, mas não necessariamente ofensiva. O que fazer, por exemplo, com um boato benéfico que indique que um representante político construiu diversos hospitais ou escolas, quando nada disso realmente aconteceu? Essa mentira pode enganar eleitores, prejudicando seus rivais numa eleição.

Para reparar essas lacunas, novas regras procuram combater efeitos das notícias falsas que não eram previstos nas leis anteriores. Em 2019, por exemplo, foi aprovada a **lei 13.834**, que trata do crime de “denúncia caluniosa com finalidade eleitoral”, punindo quem divulgar informação falsa contra candidato em período eleitoral.

Com pena de dois a oito anos de prisão, além de multa, essa forma específica apresenta penas quatro vezes mais severas que a forma de calúnia reconhecida anteriormente.

Esse novo crime procura evitar uma estratégia recorrente em eleições no Brasil: um partido político apresenta **denúncia sem provas contra rival, vazando o conteúdo para meios de comunicação**, tentando com isso afetar sua reputação e reduzir seus votos.

Vale destacar que essa **lei não se aplica se a informação falsa não for publicada durante a eleição, ou se não envolver candidatos políticos**. Ou seja, candidatos ainda podem publicar fake news, desde que seus alvos sejam indiretos, como por exemplo, aliados de seus rivais ou representantes do campo adversário que não sejam políticos – por exemplo, atores ou ativistas sociais.



3.3 PROJETOS DE LEI CONTRA FAKE NEWS



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Desde 2016, quando os riscos das fake news se tornaram bastante evidentes, uma série de projetos de leis chegaram a ser discutidas no Congresso, nas Assembleias Legislativas e Câmara dos Vereadores no Brasil inteiro. Dois **pesquisadores da Universidade de Brasília** encontraram 21 propostas para combater fake news só no Congresso Nacional entre 2017 e 2018.

Eles identificaram que as propostas sugerem punições para quem cria, compartilha, divulga, transmite ou patrocina fake news. Há vários problemas nesses PLs. Os pesquisadores destacam que alguns projetos apresentam punições contra comportamentos definidos de forma excessivamente ampla.

É o caso do projeto de lei 8592/2017, que pretende punir quem compartilhar “informação falsa ou prejudicialmente incompleta, sabendo ou devendo saber que o são”. Imagine o trabalho para definir o que alguém deveria saber que é falso. Esse não é o único problema das propostas: reportagem da **Agência Pública** encontrou informações falsas dentro dos próprios projetos contra fake news.

Como já vimos nos módulos anteriores do curso, se não forem debatidas com cuidado, leis contra fake news podem ser usadas para cercear a liberdade de expressão.

A maioria dessas propostas pode acabar nunca sendo aprovada. Mas um desses projetos, o PL 2630 chegou a ser aprovado no Senado, em 2020. Com o apelido de “**PL das fake news**”, ele criaria a “Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet”. Depois de muitas **críticas**, alguns pontos polêmicos foram abandonados, como o registro de identidade obrigatório para todos os usuários, o que poderia acabar com a privacidade online.

Nova **versão desse projeto** procura remover contas falsas e robôs que se fazem passar por usuários comuns, além de punir quem utiliza disparo em massa de conteúdos por redes de mensagem – o que já é proibido durante o período eleitoral desde 2019.

Ainda assim, essa proposta continua sendo vista com cautela por quem vê no projeto um **potencial ameaça à privacidade ou à liberdade de expressão na rede**.

Como a **experiência de outros países já mostrou antes**, é melhor tomar cuidado com as leis que criamos. Leis mal formuladas podem acabar criando problemas ainda maiores do que originalmente procurávamos combater.



4

A CAIXA PRETA DO WHATSAPP

[VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE](#)

Você sabe qual é a relação entre notícias falsas e o aplicativo de troca de mensagens mais popular do mundo? Falaremos sobre isso agora. Entenda como as conversas em grupos mudaram a função do serviço e como os políticos estão construindo um império invisível com conteúdo questionável, e pior, com potencial de viralização. Contra-ataque com o comportamento exemplar no WhatsApp e uma ferramenta para detectar mentiras. Por fim, teste seus conhecimentos.



4.1 O BÊ-Á-BÁ DO WHATSAPP



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

O popular “Zap Zap” desbancou as ligações telefônicas e o SMS, tornando-se uma das principais formas de comunicação interpessoal (de um para um) e grupal (de muitos para muitos) no mundo.

Isso abre um mundo de possibilidades – e, como vamos ver, um universo de riscos! Diversas características da plataforma a tornam um terreno fértil para a disseminação de notícias falsas.

Você se lembrar o que aconteceu nas eleições de 2018? Houve **uma grande manipulação das intenções de voto potencializado pela viralização em aplicativos de mensagens como o WhatsApp. Esses momentos são tão complicados para o universo das fake news que a gente reservou um capítulo só para o processo eleitoral.** Mas os problemas no WhatsApp, hoje, não se restringem ao calendário político: a natureza quase secreta do aplicativo é um convite à desinformação.

4.2

O QUE O WHATSAPP ERA PARA SER, E O QUE ELE VIROU



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

O WhatsApp nasceu para ser um “mensageiro instantâneo”. Isso significa que ele foi projetado para concorrer com os antigos “torpedos” – ou SMS (Short Message Service ou “serviço de mensagens curtas”), focados na troca de mensagens de um usuário para o outro.

A própria empresa diz que esse uso ainda é o mais comum. Segundo o WhatsApp, 90% das mensagens enviadas pelo aplicativo são de uma pessoa para outra.

Aparentemente, tudo tranquilo: esses 90% de mensagens parecem ter encontrado no WhatsApp um substituto mais barato e prático para as chamadas telefônicas e as mensagens de texto.

Só que os 10% restantes podem ter o potencial de causar uma grande confusão e tudo começou a mudar em fevereiro de 2011, quando surgiu a **funcionalidade de conversas em grupos**.

Você conhece um pouco da história: nem sempre o clima de paz e harmonia impera nos grupos do Zap. Tem sempre aquele tio provocador, aquela mãe que envia correntes e alguém que se sente ofendido e pronto! Sai do grupo, rompe amizade, corta relações. Não precisava ser assim, mas é como as coisas têm sido em sociedades polarizadas como o Brasil de hoje.

“Ué”, você pode estar pensando. “Mas esses problemas não existem também em outras redes sociais?” Sim, existem. Mas no WhatsApp a situação é mais complicada por causa de um palavrão que está na moda: **criptografia**.

A criptografia é uma técnica para codificar ou embaralhar mensagens. No WhatsApp, o sistema usado é a “criptografia de ponta-a-ponta”: a mensagem enviada é codificada na origem (no aparelho do usuário que escreveu) e só é decodificada no destino (no aparelho de quem recebe).

No WhatsApp, a criptografia de ponta a ponta começou a ser implementada em 2014. Em 2016, os smartphones de todos os sistemas operacionais já contavam com o serviço.

A criptografia é um mecanismo de privacidade, pois evita que alguém – provedores de internet, companhias telefônicas ou donos de software – possam saber o que duas pessoas estão teclando ou falando.

O problema é que, com a criptografia, fica impossível saber que tipo de dado está circulando pelo aplicativo. E o que é bom para a privacidade pode ser ruim para a qualidade da informação. Como não há ninguém fazendo a regulação do que se publica, é possível que haja até mesmo comunicação



criminosa: conteúdo de cunho racista, xenófobo ou de pedofilia, por exemplo.

E, como você deve estar imaginando, a criptografia escancarou a porta do WhatsApp para a disseminação de notícias falsas e desinformação. Tudo isso piora quando os grupos estão interligados – sim, isso acontece! Daí o que era para ser um simples serviço de troca de mensagens pode se transformar em um meio de comunicação de massa sem qualquer controle.

Pode-se falar em um verdadeiro “império invisível” da desinformação, como você vai ver a seguir.



4.3 POR TRÁS DE UM IMPÉRIO INVISÍVEL



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

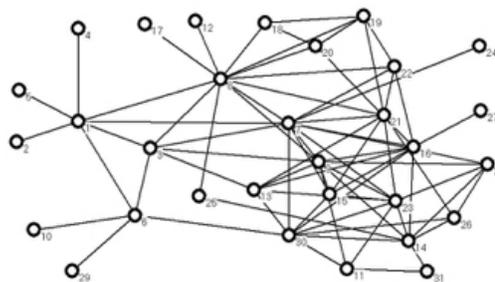
Imagine a seguinte experiência: você participa de um único grupo de WhatsApp com apoiadores do presidente Jair Bolsonaro. Durante 10 dias, você aceita todos os convites que te enviarem pelo aplicativo para participar de outros grupos semelhantes. Ao final desse período, você tem ideia de em quantos grupos estará?

Nós fizemos essa experiência e temos a resposta: 31 grupos!

Os resultados, publicados em um **artigo científico escrito por Rodrigo Ratier**, professor da Faculdade Cásper Líbero (e também um dos fundadores do **Vaza, Falsiane!**), mostram como funcionam os chamados “**grupos partidarizados**” no WhatsApp.

Muitos desses grupos são públicos, o que significa que seus administradores disponibilizam um link como convite para quem quiser participar. Como vários administradores de grupos semelhantes fazem a mesma coisa, o resultado é que, ao entrar em um grupo, você pode participar de muitos outros se decidir aceitar o convite.

Os convites – que são muitos por dia, e que dão acesso a vários grupos diferentes – interligam os grupos em uma rede, como no esquema abaixo, desenhado no artigo de Ratier, em que cada bolinha é um grupo e cada fio é um convite de acesso.



A seguir, damos uma ideia do tamanho dessa rede – é bom lembrar, montada em pouquíssimo tempo (apenas 10 dias de experiência):

- Cada grupo tem, em média, 141 integrantes, um número bem maior do que a média de participantes por grupo (apenas seis pessoas, segundo o WhatsApp).
- Há pessoas que participam de até 14 grupos. A maioria (80%), porém, está em apenas um. Os 20% restantes estão em dois ou mais.
- Descontados os usuários em dois grupos ou mais, temos mais de 3.200 pessoas na rede.
- Em dez dias, foram trocadas mais de 63 mil mensagens, uma média de 236 por grupo a cada dia (no grupo mais ativo,



a média foi de 1.128 mensagens). Ou seja, uma quantidade difícil de acompanhar.

Alguns números chegam a impressionar, não é mesmo? Porém, há ainda mais. O que as pesquisas que trabalham com grupos políticos no WhatsApp sugerem é que cada uma delas visualiza apenas a pontinha de um iceberg. Lembre-se de que, como a rede é criptografada (protegida por código), não é possível saber quantos grupos de política existem no Brasil ou no mundo...

A hipótese mais aceita hoje é que se trata de um verdadeiro “império invisível”. Pode-se pensar em uma estrutura de centenas de milhares de grupos interligados. Ou seja, teriam o mesmo funcionamento de um meio de comunicação de massa, como uma emissora de rádio ou TV, mas com uma diferença enorme: se um site, TV ou rádio divulga informações falsas, calúnias, acusações levianas, montagens etc., precisa corrigir seu erro o quanto antes.

Mesmo assim, estará sujeita a punições previstas em lei, que vão de multa até prisão dos responsáveis pela publicação. Em caso de concessões públicas, como TVs abertas e rádios AM e FM, as emissoras podem até sair do ar para sempre!

No WhatsApp, você já percebeu: pelo caráter quase secreto das conversas do aplicativo, é como essa emissora de TV, além de invisível, tivesse uma programação totalmente sem controle e regulação, sujeita a todo tipo de desinformação.

E isso realmente está acontecendo.



4.4

VÍDEO: POR QUE AS PESSOAS COMPARTILHAM MENTIRAS NO ZAP?



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

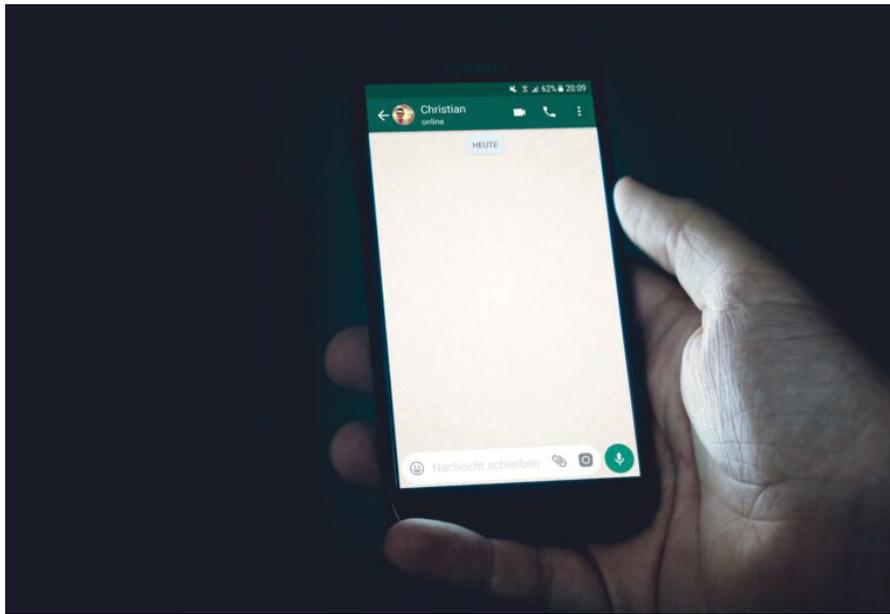
Chegou aquela mensagem para lá de esquisita, cheia de pistas que apontam para uma notícia falsa. Mesmo assim, a mão de muita gente coça para repassar a história para a frente.

Por que isso acontece? O professor Pasquale Cipro Neto abre a caixa preta do WhatsApp para falar de três processos que ocorrem quando a gente está usando o aplicativo: intimidade, identificação e anonimato.

https://www.youtube.com/watch?v=jbSz5KM9_jY

4.5

COMO DOMINAR O WHATSAPP E AJUDAR OS OUTROS



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Você é um “encaminhador em série”, daqueles que recebe uma mensagem e já passa adiante logo sem ler? Não consegue se desligar do Zap nem por um segundo? Tem o aplicativo como única fonte de informação?

A esta altura, você já deve ter percebido que podemos melhorar! A questão é: como? Vamos descobrir juntos?



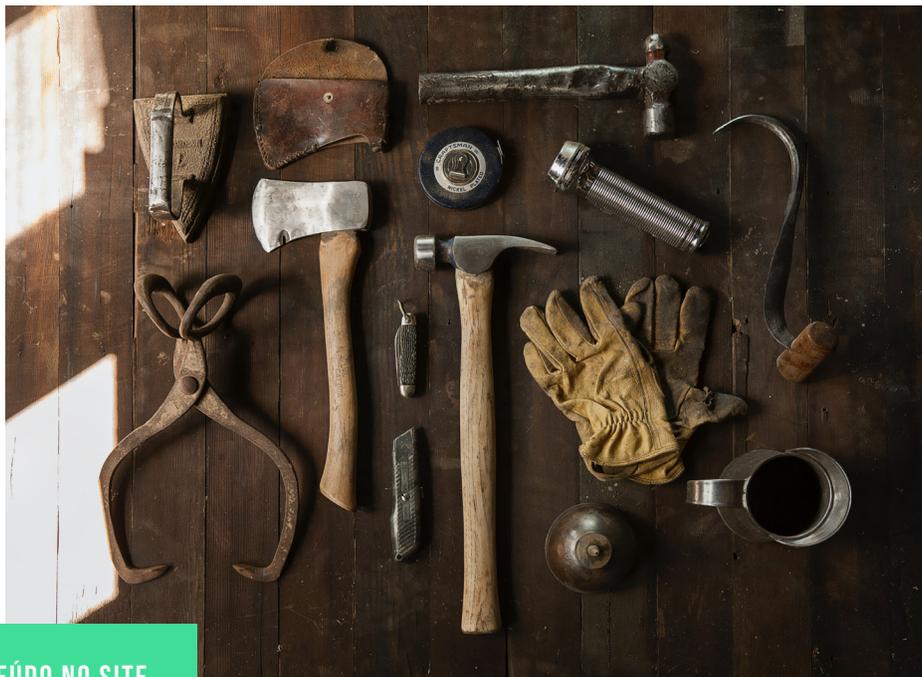
Para chegar lá, queremos trazer duas referências de pesquisa.

- 1. A primeira é um conceito criado pelo futurista Alvin Tofler: prosumer, ou em português, prosumidor. Esse palavra é uma mistura de dois termos: produtor + consumidor. Ele é importante pois indica a situação em que todos nos encontramos na atualidade. Quando nos relacionamos com as mídias, não somos mais meros consumidores (aqueles que recebem as mensagens, muitas vezes passivamente). Hoje, a tecnologia permite que sejamos, também, produtores: respondemos aos conteúdos com comentários, sugestões e críticas, passamos informação adiante (muitas vezes, com nossa opinião sobre ela) e produzimos nosso próprio conteúdo (textões no Facebook, stories no Instagram, vídeos no YouTube e por aí vai).**
- 2. A segunda referência são os estudos do pesquisador venezuelano José Martinez de Toda. Em linha com o que pensa Alvin Tofler, Martinez de Toda vai também concordar que cada um não apenas recebe informações, mas também as produz. Em suas pesquisas, ele relaciona essas características à dimensão da produção e da recepção da informação. Avançando, Martinez de Toda vai dizer que, para sermos sujeitos competentes em relação à comunicação, devemos trabalhar essas duas dimensões. Nesse sentido, ele propõe que se trabalhe seis características: conhecedor, maduro, crítico (na dimensão da recepção, como diz Toda e Terrero, ou do consumidor, como diz Tofler) e ativo, social e criativo (na dimensão da produção para os dois autores).**



4.6

FERRAMENTA PARA DESCOBRIR SE A IMAGEM QUE VOCÊ RECEBEU É MESMO VERDADEIRA



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

"INCRÍVEL! Multidões marcham para depor o presidente!"

"Veja a crueldade com os professores agredidos na manifestação"

"Queimadas? Confira fotos da floresta amazônica intacta onde dizem que há fogo!"

Uma das maiores dificuldades no WhatsApp é saber se a foto que você recebeu é verdadeira ou não. Diferentemente do que ocorre em sites jornalísticos ou mesmo em outras redes sociais, as imagens no Zap não possuem crédito ou outras informações importantes, como a data em que foram produzidas. Para piorar, às vezes elas vêm acompanhadas de textos bombásticos, como os que você vê aí nos parágrafos de cima.

NOVAMENTE, O CONSELHO DE OURO É: OLHO VIVO.

Primeiro, porque a imagem que você recebeu pode ser uma montagem – e com as técnicas cada vez mais refinadas das chamadas deep fakes, está cada vez mais difícil distinguir as fraudes. Segundo, porque ela pode até ser verdadeira, mas tirada de contexto: uma imagem antiga se passando por atual, um recorte malicioso de uma cena mais ampla. Enfim, estratégias que também estão a serviço da desinformação.

Felizmente, dá para identificar boa parte das enganações usando uma estratégia chamada busca reversa de imagens. Já ouviu falar?

A busca reversa é como se fosse um detetive virtual seguindo os passos que a imagem foi deixando desde que apareceu pela primeira vez na internet. Com essa estratégia de pesquisa, você consegue obter o histórico da imagem que recebeu e compará-las com outras semelhantes.

Às vezes, dá para saber direitinho qual é a origem. Em outras, é possível ter uma ideia do contexto original.

No computador, a forma mais simples de fazer busca reversa é pelo Google Imagens. No campo de busca, clique no ícone da máquina fotográfica. Assim:



Em seguida, escolha uma forma de subir a imagem no campo de busca. Um jeito simples é salvar no computador a foto que você recebeu e, depois, mandá-la pela opção “envie uma imagem”:



O que o Google retorna é uma página de resultados de busca com as principais informações sobre a imagem.

Vamos para um exemplo prático? No começo de 2019, circulou pelo WhatsApp a imagem de um outdoor digital – supostamente na Times Square, na cidade de Nova Iorque – com as fotos dos presidentes do Brasil e dos Estados Unidos, junto com a hashtag #Bolsotrump. Será que é real?



Salvamos a foto e acionamos a busca reversa no Google Imagens. A página de resultados foi bem reveladora.

No campo “imagens visualmente semelhantes”, aparece uma foto no mesmo enquadramento. Até aí, pode ser uma coincidência. Mas o fato de as mesmas pessoas estarem na cena aponta para a montagem:



Em seguida, os resultados de busca confirmam a suspeita: pelo menos três serviços de checagem de fatos alertam para o fato de que se trata, efetivamente, de uma montagem.

O site **Aos Fatos recupera a história com detalhes:**

“Duas imagens do encontro entre os presidentes foram colocadas em uma ferramenta on-line chamada **Photofunia**, que faz, automaticamente, uma inserção de fotos naquele outdoor”.

“Além disso, a foto não mostra a Times Square, famoso cruzamento da cidade de Nova Iorque, mas sim o **Central Building de Hong Kong**. A imagem original é da empresa **POAD Smarter Outdoors**, que trabalha com publicidade em Hong Kong, Singapura e Macau.”

Para finalizar, vale dizer que a busca reversa só está disponível na versão do Google Imagens para desktop



(computador). Se você quiser fazer o procedimento no celular, há diversos aplicativos disponíveis. É só clicar no ícone da App Store (para iPhone) ou Play Store (para aparelhos Android) e digitar “pesquisa por imagens” ou “reverse image search”.



4.7

COMO DOMINAR O WHATSAPP E AJUDAR OS OUTROS



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

A primeira dica para evitar vazamentos é a mais óbvia de todas: se você não quer que uma determinada informação vaze de suas redes sociais... não publique essa informação em suas redes sociais!

É igual compartilhar um segredo: você deixa de ter controle sobre aquela informação e passa a depender da lealdade de seu confidente. Quando a pessoa resolve passar a informação adiante, a confusão está armada: textos, áudios e fotos podem ser usados para intimidar, humilhar ou mesmo chantagear quem os enviou.

Portanto, todo cuidado é pouco. Se você quer um passo a passo prático de segurança na rede, vale conferir o site da **Safernet**, ONG que defende os direitos humanos na internet.



Mas há outros problemas. Muita gente pensa que os dados pessoais na internet são privados e estão protegidos. Não é bem assim. Sabe aqueles “termos e condições de uso” que todo mundo aceita ao fazer seu cadastro numa rede social? Pois é: quase ninguém lê, mas geralmente esses contratos trazem alertas a respeito do uso das suas informações – tanto de seus dados pessoais quanto das informações que você publica. Em geral, **as empresas donas das redes têm mais autorização sobre nossos dados do que imaginamos.**

Por exemplo: é possível que, concordando com os termos e condições de uma determinada rede, o usuário autorize a escuta de trechos de suas conversas de áudio. As empresas dizem que esse tipo de monitoramento ajuda a aprimorar os serviços de reconhecimento de voz, que funcionam por inteligência artificial.

Pode ser. Mas há diversos casos de vazamento de dados para outras finalidades, como fins políticos – por exemplo, o envio de mensagens não autorizadas sobre um candidato que parece se encaixar no seu perfil.

Por fim, há quem queira roubar dados para levar algum tipo de **vantagem**, seja ela **econômica** ou **política**. Esse tipo de ação geralmente é descrito como “hackeramento”. Mas, na verdade, boa parte dos crimes cibernéticos ocorre por descuido do usuário. A boa notícia é que, com um pouco de atenção, a gente pode se defender melhor.

Para ficar no exemplo do WhatsApp, que é o foco deste módulo. Você já ouviu falar na verificação em duas etapas? É um recurso extra de segurança: quem quiser acessar sua conta precisará, além dos dados de login, de uma segunda informação: o PIN, um código de seis dígitos que você determina.

É bem simples inserir essa verificação: com o aplicativo



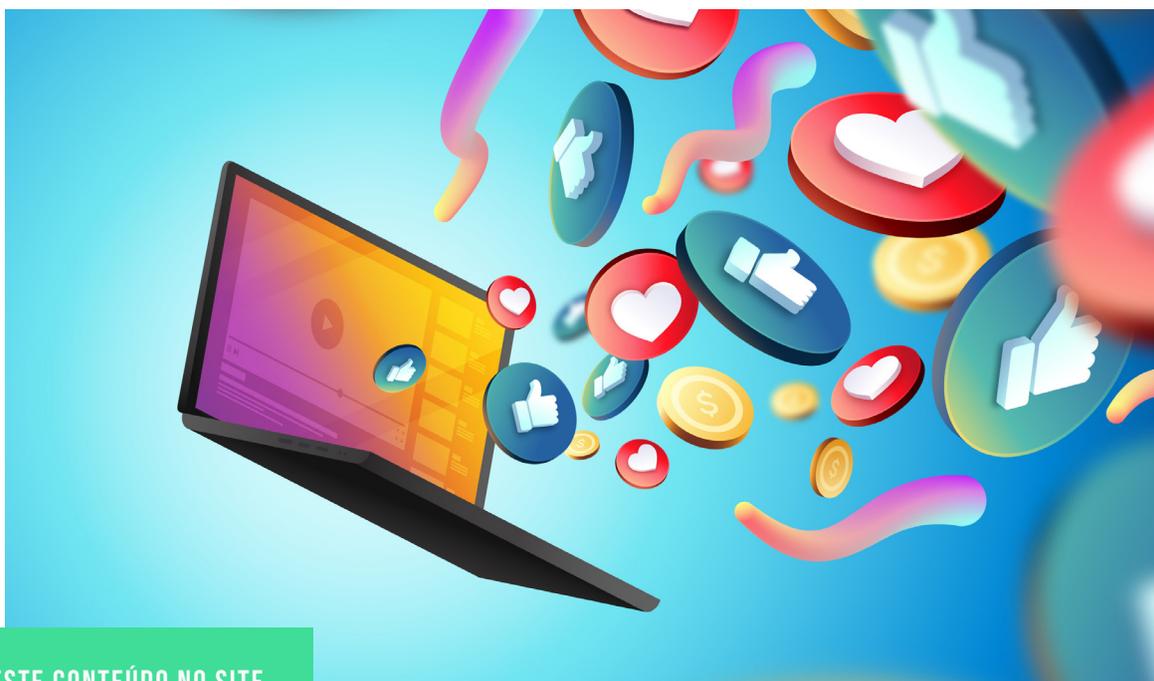
aberto em seu celular, clique em ajustes ou configurações (dependendo do aparelho). Depois: Conta > Verificação em duas etapas > Ativar. Você escolhe um PIN de 6 dígitos e pronto.

O vídeo abaixo ilustra o processo:

<https://www.youtube.com/watch?v=amMyHuPor-Q>



5 AS PLATAFORMAS SE MEXEM



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Muita gente ainda acha que as redes sociais são terra de ninguém, lugar de “liberdade de expressão” sem contraste. Será verdade? Vamos testar?



5.1 QUEM REGULA O CONTEÚDO?



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

A rede descentralizada de computadores foi desenvolvida a partir de um projeto com objetivos militares, a ARPANET: a ideia era organizar de forma descentralizada as defesas das forças armadas norte-americanas caso sofressem um ataque massivo contra seu centro de decisões na capital.

Entretanto, cientistas, programadores, ativistas da contracultura e empreendedores rapidamente identificaram o potencial dessa infraestrutura que conectava computadores em distâncias continentais. Libertaram o projeto das suas restrições bélicas originais, e construíram um espaço virtual que parecia não ter limites.

Mas os sonhos de liberdade dos primeiros anos da internet rapidamente colidiram com a dura realidade de ameaças, invasões virtuais, desinformação. Nesse mesmo módulo



nós já vimos como os governos responderam à ameaça das fake news com novas leis e processos criminais.

Como **Lawrence Lessig**, professor da faculdade de direito de Harvard, costuma dizer, “a ideia (e mesmo a vontade) de que a internet permaneça desregulada foi abandonada”. A regulação veio para ficar. Mas o Estado não é o único que define as regras.

Os pesquisadores da USP **Márcio Moretto Ribeiro e Pablo Ortellado** lembram que, do lado da **regulação governamental**, existe também outras formas de influenciar – e até mesmo limitar – condutas indesejadas online. É a chamada **autorregulação**, ou seja, as regras definidas e fiscalizadas pelos próprios responsáveis por esses serviços.

As empresas que oferecem serviços de conexão e plataformas online têm o poder para definir que tem acesso e o que pode ou não ser feito lá dentro. Ao lado desse código de conduta, que determina as regras desejáveis, existe também o código da programação, que define o que é possível ou não fazer online. É esse código digital que determina, por exemplo, qual conteúdo é relevante para você receber em uma rede social, ou para onde vão as mensagens que você enviar.

Quem define essas regras internas são instituições privadas. E os códigos mudam toda hora, a cada atualização do software e a cada novo termo de conduta que temos que aceitar – mesmo sem ler atentamente ou sem ter poder para discordar e alterar seus termos.

A dura realidade é a seguinte: basicamente, alguém aperta um enter na Califórnia e o funcionamento do Google, do Facebook ou do Twitter pode mudar ao redor do mundo inteiro.

Não é surpresa nenhuma que essas plataformas tenham sido



muito pressionadas para agir em resposta à proliferação de notícias falsas. Elas apresentaram mudanças logo que a crise ficou evidente, no final de 2016, e tem feito novas alterações periódicas desde então. Entender como elas mudaram o funcionamento da rede até aqui é essencial para vislumbrar o que ainda pode – e precisa – ser feito.



5.2

NOVE TÁTICAS PARA MANTER CONTEÚDO FALSO SOBRE CONTROLE



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

O coletivo de ativistas **Intervozes desenvolveu um estudo** que sistematiza as principais respostas das redes sociais para o combate às fake news nos últimos anos. A partir dos dados desse trabalho, é possível organizar as medidas mais frequentes no combate às fake news na trincheira da autorregulação, partido das armas mais leves até as de maior calibre:



1. **Direcionamento:** o primeiro passo é reforçar o acesso a fontes com credibilidade durante momentos de grande interesse por um determinado tema. Por exemplo, para quem pesquisa ou encontra conteúdos sobre coronavírus, as redes sociais recomendam sites de autoridades sanitárias, como o Ministério da Saúde ou a Organização Mundial da Saúde.
2. **Denúncia:** quem tropeça em conteúdo suspeito pode sinalizar para as plataformas que há algo errado. A maioria das plataformas já permitia que os usuários apontassem conteúdo ofensivo ou ilegal, e nos últimos anos foi possível também indicar informações falsas.
3. **Checagem:** usuários, sozinhos ou em grupos, não podem definir o que é verdadeiro ou não. Os conteúdos suspeitos passam para jornalistas profissionais, que fazem sua verificação. Se encontrarem documentos ou outras fontes de informações que desmintam o conteúdo, podem apontar para a comunidade na plataforma que esse conteúdo é falso.
4. **Alerta:** conteúdo provado como falso talvez até continue no ar, mas pode ser acompanhado de um alerta que indica que a informação que consta na postagem é questionável. É possível até verificar as fontes das checagens, deixando claro o que estava errado, e qual é a versão certa.
5. **Correção:** os alertas evitam que outras pessoas se enganem. Mas, em algumas redes, quem postou a informação originalmente também recebe uma indicação de que publicou informação contestada. Assim, fica avisado para tomar mais cuidado com suas fontes de informação da próxima vez - e pode inclusive corrigir seu erro, se quiser.



6. **Restrição:** postagens contestadas por verificadores ou de propagadores frequentes de conteúdo problemático podem ter seu alcance reduzido. O usuário pode continuar publicando novos materiais, mas o algoritmo dessas plataformas pode avaliar que esses conteúdos não devem ser exibidos para um número grande de usuários.
7. **Controle de anúncios:** é possível ganhar dinheiro com publicidade exibida para a audiência em algumas plataformas sociais e, infelizmente, fake news são um negócio lucrativo pois atraem atenção de muitas pessoas. Mas agora quem publica conteúdo falso ou ofensivo pode ficar sem essa fonte de renda. Além disso, anúncios contendo informações falsas também são banidos em algumas redes. Ou seja, ficou mais difícil ganhar dinheiro com fake news, e também não está tão fácil gastar dinheiro para fazer com que as notícias falsas cheguem a um público maior.
8. **Remoção:** algumas plataformas chegam a tirar do ar conteúdo falso que pode causar problemas graves, como incitar violência ou tumultuar eleições.
9. **Banimento:** usuários que postam conteúdos inadequados de forma recorrente podem ter suas contas suspensas por um tempo ou removidas de forma permanente. Isso não acontece somente com quem posta fake, mas também com quem é fake, ou seja, com contas falsas ou “inautênticas”, que se passam por outras pessoas ou que são, na verdade, robôs disfarçados.



5.3 TRABALHAR JUNTOS É BEM MAIS FÁCIL



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

A polêmica entre a autorregulação e as regras impostas de cima para baixo por uma autoridade política deixa de lado uma terceira via: uma construção das regras por entidades públicas, com participação ativa. Esse é o caminho do meio, a chamada **corregulação**.

É uma alternativa interessante, pois ajuda a **evitar as armadilhas dos dois extremos da regulação estatal e da autorregulação**. Como já vimos, uma regulação governamental pode abrir espaço para censura em regimes autoritários. Por outro lado, sem nenhum controle público, as empresas proprietárias das plataformas também podem abusar de sua autonomia, mudando códigos de conduta em suas páginas e removendo conteúdos relevantes, mas incômodos para seus interesses comerciais.

Essa é a proposta de um grupo de **entidades latino-americanas** que defendem um modelo misto de regulação.

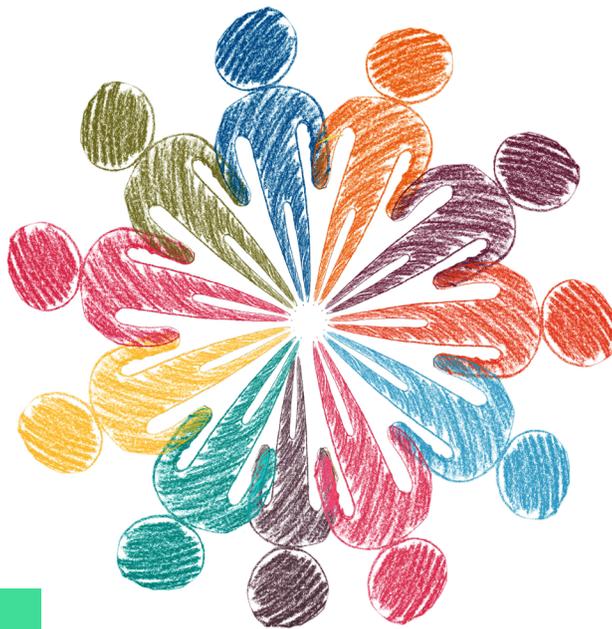
Para isso, as plataformas poderiam definir com representantes do público quais seriam as regras gerais de conduta e os procedimentos para julgamento e apelação. As redes sociais continuariam a decidir seus casos internos. Entretanto, se esses processos não forem transparentes ou se ignorarem as regras definidas coletivamente, entidades governamentais poderiam então punir as plataformas. Mas nessa proposta o Estado não teria o poder de interferir em casos específicos, censurando ou liberando conteúdos de acordo com suas preferências políticas.

Enquanto cada país tenta montar as peças desse quebra-cabeça, também se discute uma outra forma de regular essas plataformas por meio de acordos e tratados internacionais. Como as plataformas digitais oferecem seus serviços para o mundo todo, normas globais garantiriam um patamar mínimo de direitos e deveres, que poderia ser complementado por cada país, se necessário.

Para melhorar as plataformas online, temos muitos caminhos pela frente. Só falta agora decidir – de forma democrática – qual trilha seguir.



6 A SOCIEDADE SE MEXE



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Você já viu por aqui que as notícias falsas podem ter uma série de motivações. Não custa lembrar. Aqui, nós vamos usar a classificação proposta pelos pesquisadores Claire Wardle e Hossein Derakshan:

Há notícias falsas criadas com motivo **político**. Em geral, são conteúdos que visam prejudicar algum adversário, atribuindo até mesmo crimes a políticos que se oponham a quem financia a produção.



Há desinformação produzida com a justificativa da **disrupção social**. Ou seja, causar problemas e confusão. Mas por que as pessoas iriam querer ver o circo pegar fogo? Os pesquisadores Wardle e Derakshan vão falar em razões **psicológicas** (a busca de reconhecimento pelos indivíduos em seus grupos) e **sociais** (a conexão com um grupo, inclusive com a participação em redes sociais). Muitos grupos de jovens se reúnem, quase sempre no submundo da internet (grupos fechados de WhatsApp e a chamada deep web, por exemplo), para inundar as redes sociais com mentiras, teorias da conspiração, vídeos e áudios fraudulentos.

Há, por fim, desinformação feita para com motivação **econômica**. Produzir notícias falsas pode ser um negócio lucrativo mesmo que você não tenha um político financiando a iniciativa.

Para entender como isso ocorre, precisamos antes falar um pouco sobre a revolução que a digitalização provocou no mercado publicitário.



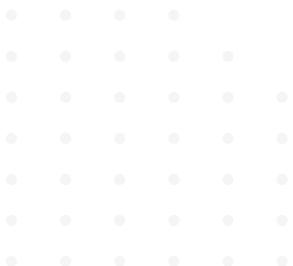
6.1 DE ONDE VEM O DINHEIRO PARA FAKE NEWS



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Até uma década atrás, cada anunciante comprava diretamente dos veículos de comunicação os espaços para anúncios. Nessa época, um banner em um site era a transposição para o digital de um anúncio de revista. Se você quisesse anunciar em 10 sites diferentes, precisava fazer 10 negociações diferentes. Na mídia tradicional – jornais, revistas, rádio e internet –, ainda funciona assim.

Tudo mudou com a chamada **mídia programática**. Gigantes da tecnologia como o Google passaram a oferecer um serviço automático de compra de e venda de espaços publicitários na internet.



Funciona assim: os anunciantes dizem qual tipo de público (idade, preferências de consumo, hábitos de compra etc.) desejam atingir. E empresas especializadas “entregam” os anúncios ao público tenha essas características.

Em tese, todo mundo sai ganhando. O anunciante porque atingiu o público que queria. O dono do espaço porque conseguiu um anúncio. Intermediários como o Google porque ficam com uma parte do negócio. Mas, na prática, nem sempre funciona assim bonitinho. Vamos falar dos problemas com um exemplo concreto:

Você é o dono de uma empresa de roupas para bebês que quer anunciar na internet. Eis o que acontece:

1- Você contrata uma plataforma de publicidade programática que pode identificar os consumidores por fatores como:

Gênero

Faixa etária

Interesses

Hábitos de compra

Comportamentos (por exemplo, pessoas que leem blogs de maternidade à noite)

Dispositivo (acesso por laptop ou smartphone, por exemplo)

2- Você pode se perguntar como a tal plataforma sabe tanta coisa sobre você.

Simples: quando navegamos pela internet, vamos deixando “pistas” sobre nossos hábitos de navegação. Por exemplo: nosso navegador troca pacotes de dados com os sites que acabam servindo para identificar e armazenar informações sobre nós.

Hoje, uma grande gama de dados pode ser armazenado. O



resultado é que as plataformas de publicidade têm uma “ficha corrida” nossa. Guarde essa informação que a gente já volta para ela.

3- Os sites e blogs que querem anunciar, por sua vez, contatam as mesmas plataformas de publicidade.

Eles firmam um acordo para “abrir” espaço para anúncios nas páginas de conteúdo. São diversos tipos: banners (os cartazes virtuais), links relacionados, pop ups etc.

Esses espaços ficam “livres” à espera do melhor anúncio.

4- Quando você entra em um site com publicidade, o que você vai ver é justamente o anúncio que tem a ver com as suas características.

Você pode imaginar como o site “adivinhou” que você estava procurando roupinhas de bebê. Não é magia, é tecnologia: as pistas da sua navegação indicam que você tem interesse nesse produto.

5- Mas, como esse processo é automatizado, às vezes alguma coisa dá errado – e os anúncios vão parar em sites de desinformação ou de discurso de ódio!

Isso acontece porque os sistemas de mídia programática não olham para o conteúdo das páginas. E aí, muitas vezes pode ocorrer de uma empresa – como a sua singela loja de roupinhas para bebê – estar financiando quem produz conteúdo enganoso mesmo sem querer, na maioria das vezes sem saber.

6- Os anunciantes podem optar por bloquear alguns sites ou mesmo palavras na página. Mas nem sempre isso dá certo.

As plataformas precisam evoluir na chamada “segurança



da marca". Como elas são pagas pela exibição de anúncio, muitas vezes elas publicam em qualquer lugar – incluindo sites nocivos.

Claro que cada visualização de banner rende muito pouco para o dono do site. Porém, com uma audiência de centenas de milhares ou milhões de pessoas, as cifras ficam bem atrativas. É nisso que apostam alguns produtores de desinformação. Você sabe: chamadas mentirosas, sensacionalistas, exageradas atraem audiência. Aí, eles abrem espaço para dezenas de banners por página para, como se diz no jargão da área, "monetizar" a audiência.

E não estamos falando de uma hipótese: tudo isso já aconteceu na prática. Nas eleições norte-americanas de 2016, um grupo de jovens na Macedônia – nada a ver com os Estados Unidos, portanto – começou a produzir uma série de conteúdos falsos sobre os candidatos Donald Trump e Hillary Clinton. O objetivo? Ganhar dinheiro com mídia programática. Esta **reportagem da BBC** mostra como eles agiam. Por aqui, rolou também: em 2017, a **Folha de S. Paulo conversou com um criador de sites de fake news** que, além de lucrar com a publicidade, produzia notícias a pedido do político que pagasse melhor.



6.2

SLEEPING GIANTS E O PODER DO DESFINANCIAMENTO



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

A SOCIEDADE CONTRA-ATACA

A moda pegou, mas não ficou impune. Para “sufocar” financeiramente sites, blogs e perfis de redes sociais que lucram com a desinformação, surgem movimentos como o Stop Funding Hate, **Stop Hate for Profite o Sleeping Giants**. São perfis na internet que expõem as marcas que financiam sites de fake news e discurso de ódio. A estratégia dessas ações é avisar publicamente os anunciantes diante da opinião pública, fazendo com que, pressionados, eles tirem sua publicidade do ar.



O Stop Hate for Profit comandou um boicote aos anúncios no Facebook para pressionar a rede social a tirar do ar sites que incentivam o racismo, a violência e o ódio. Já o Sleeping Giants está presente em vários países do mundo. Nos Estados Unidos, uma ação bloqueou banners de mais de 4 mil empresas no site Breitbart, um dos mais conhecidos da extrema-direita norte-americana, notório pelo uso de desinformação. O perfil chegou ao Brasil em maio de 2020. A jornalista Mônica Bergamo mostrou que ele é comandado por um casal de 22 anos do Paraná. “Até hoje, eles calculam ter retirado de três sites de notícias e dois canais o equivalente a R\$ 1,5 milhão. Segundo eles, 700 empresas já seguiram seus alertas e retiraram os anúncios de sites duvidosos. O SGB tem 410 mil seguidores no Twitter e 170 mil no Instagram”, informa a reportagem. A revelação foi recebida com incredulidade pela extrema-direta e **ameaças de morte**.

O Sleeping Giants não está sozinho na chamada “desmonetização” de sites extremistas e de desinformação. Em 2019, 17 dos principais anunciantes do mundo anunciaram a **Aliança Global para a Mídia Responsável**. É uma colaboração global de agências, empresas de mídia e plataformas para que os anúncios sejam veiculados em produtores de conteúdo de qualidade – o que obviamente exclui quem inventa notícias ou trabalha com desinformação.

Com quatro pilares – mais segurança para os consumidores, menos risco para os anunciantes, mais credibilidade para as plataformas, e uma indústria sustentável –, a Aliança desenvolve processos e protocolos para driblar a publicidade automática em sites enganosos. A opção por sites de qualidade é o que auxiliaria na sustentabilidade, uma vez que se ninguém anunciar em bom conteúdo, ele simplesmente deixará de ser publicado.



7

O ESTADO SE MEXE?



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Em capítulo anterior neste módulo, já dissecamos as principais leis e propostas que procuram combater a disseminação de notícias falsas no Brasil. Mas quem fiscaliza se elas estão sendo cumpridas? Como punir quem comete crimes?

No nível federal, o Executivo pouco tem feito. Ao contrário: como você vai ver logo mais, há evidências de que ele está por trás do apoio à produção de desinformação. O Legislativo e o Judiciário, por outro lado começaram a se mexer.



7.1

INQUÉRITO NO STF: VÍTIMA, INVESTIGADOR E JULGADOR NO MESMO LUGAR



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

A primeira frente de batalha começou no topo do judiciário, em uma arena bastante confusa.

Alguns ministros do Supremo Tribunal Federal (STF) vinham enfrentando críticas devido a suas decisões em julgamentos polêmicos. Até denúncias e ameaças circulavam por redes sociais, e as hostilidades chegaram ao clímax quando **manifestantes protestaram com tochas na frente do tribunal.**

No meio dessa escalada de tensões, o STF decidiu criar um inquérito para investigar quem postava ameaças e **“notícias fraudulentas”** contra seus membros e familiares. Mas isso só trouxe mais críticas, pois os ministros seriam os investigadores e julgadores de crimes em que também eram vítimas.

A pedido do STF, usuários que postavam críticas, ameaças e informações falsas tiveram **contas em redes sociais bloqueadas e computadores e celulares apreendidos** pela polícia federal. Manifestantes armados que acampavam na Esplanada dos Ministérios e que também eram investigados por postar informações falsas e ameaças acabaram presos em outro inquérito que investigava **“atos antidemocráticos”**.

Mas uma das decisões mais polêmicas desses inquéritos acabou atraindo críticas de todos os lados – até mesmo de **ministros do próprio STF**. Uma reportagem publicada pela **revista Crusoé** trazia trecho de delação premiada de executivo da Odebrecht mencionando o então presidente do STF. Logo após a publicação, o ministro responsável pelo inquérito das fake news demandou a remoção dessa reportagem por considerar que era somente uma notícia falsa.

O tiro acabou saindo pela culatra: além de atrair mais atenção para o site que se pretendia silenciar, a **repercussão do caso** trouxe acusações de que o STF estaria censurando material jornalístico embasado em documentos judiciais da Lava Jato.

Após reconhecer que o relato apresentado pelos jornalistas apresentava base documental, o STF **reverteu a proibição**. Mas o caso reforçou antigas suspeitas de que processos judiciais contra notícias falsas podem facilmente abrir a porta para censura e sufocamento de denúncias e críticas.



7.2

INVESTIGAÇÕES NO CONGRESSO: A CPI DAS FAKE NEWS



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Não foi só o Judiciário que partiu para a luta contra os produtores de notícias falsas. O poder Legislativo também pode exercer seu poder de investigação e vigilância de outros poderes. É assim que são criadas as Comissões Parlamentares Mistas de Inquérito (também conhecidas pela sigla “CPMI”), em que deputados e senadores podem ouvir depoimentos e investigar documentos para denunciar crimes graves que não poderiam ser investigados de outra forma.

Depois da disseminação de desinformação e propaganda negativa ilegal por redes sociais nas eleições recentes, o Congresso Nacional criou a CPMI das Fake News em 2019. Seu objetivo era investigar **“ataques cibernéticos que atentam contra a democracia e o debate público; a utilização de perfis falsos para influenciar os resultados das eleições**

2018". A comissão também tratou da publicação online de discurso de ódio, ameaças, mentiras e outras formas de constranger e perseguir usuários comuns e autoridades públicas.

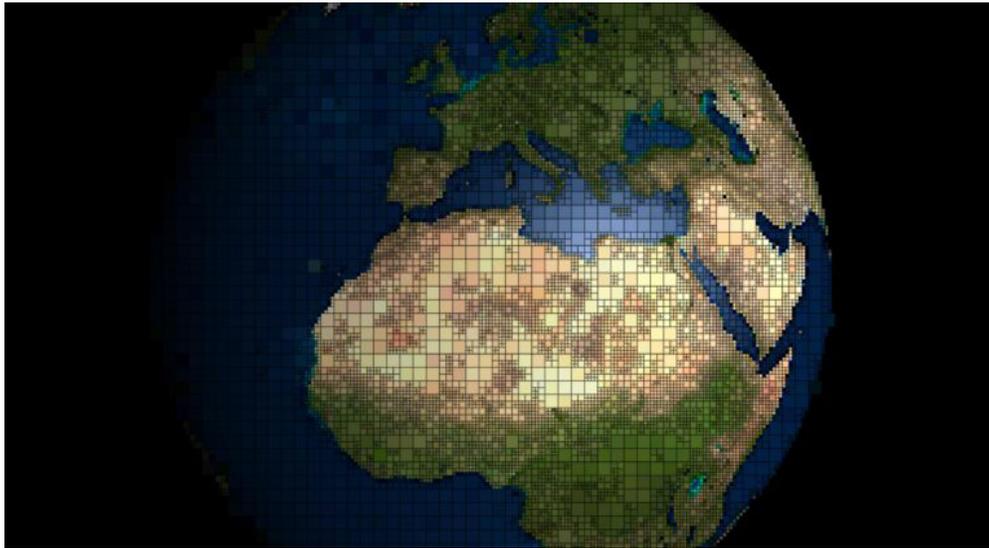
Testemunhas ouvidas pela comissão apontaram que representantes políticos estariam conectados com **redes que produzem e disseminam mentiras, ameaças e ataques** contra rivais.

Também foi investigada a contratação de empresas que faziam **envio massivo de mensagens sem autorização** com propaganda eleitoral. Empresas como o WhatsApp apresentaram documentos comprovando a **remoção de mais de 400 mil contas durante a campanha de 2018** devido ao "uso de robôs, disparo em massa de mensagem e disseminação de fake news e discurso de ódio".

Infelizmente, nem sempre as CPIs conseguem chegar ao final com resultados satisfatórios. Outra CPI que investigava fake news na **Assembleia Legislativa de São Paulo**, por exemplo, frustrou seus participantes ao concluir seus trabalhos no final de 2020 sem ouvir muitas testemunhas e sem descobrir quem seriam os responsáveis **"pela produção, disseminação e financiamento das Fake News nas eleições de 2018"**.



7.3 O GOVERNO FEDERAL NA CONTRAMÃO



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Por enquanto, uma das descobertas mais impactantes da CPI das fake news no Congresso Nacional foi justamente apontar o dedo para um **apoiador frequente (e inesperado) de sites de notícias falsas**: o próprio governo federal.

Documentos recebidos pelos parlamentares comprovam que, em apenas 38 dias, foram mais de 2 **milhões de anúncios pagos** nos piores lugares da internet, incluindo sites com conteúdo sexual, jogos de azar e até **47 canais que divulgam notícias falsas**.

Esse escândalo levou à criação de novo **projeto de lei** para impedir que anúncios de órgãos públicos financiem sites de notícias falsas.



Afinal, o estado pode assumir sua responsabilidade no combate às fake news, desde que isso seja feito com cautela e investigações embasadas e equilibradas, evitando a arbitrariedade da censura. O primeiro passo é justamente deixar de ser parceiro de quem propaga informação falsa.

Fontes / para saber mais

[O Blog do WhatsApp é o principal canal para ficar sabendo das novidades sobre o aplicativo.](#)

["Thousand of Small, Constant Rallies: a Large-Scale Analysis of Partisan WhatsApp groups". A íntegra do estudo da Northwestern, em inglês, está aqui.](#)

["Grupos pró-Bolsonaro estão mais radicais". O artigo de David Nemer, publicado no site The Intercept Brasil, traz os principais pontos de seu estudo.](#)

["Grupos de Direita no Whatsapp: Estudo Exploratório de uma Rede em Expansão". Artigo de Rodrigo Ratier, professor da Faculdade Cásper Líbero e um dos fundadores do Vaza, Falsiane. Apresentado no Congresso da Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação](#)

[Quer conhecer mais sobre os trabalhos da CPMI das Fake News? O site do Senado Federal apresenta seus documentos e resultados das sessões de investigação.](#)

[Qual papel do poder legislativo na investigação e punição de quem propaga fake news? Os cientistas da informação Leonardo Ripoll e Fábio Lorensi do Canto, da Universidade Federal de Santa Catarina, analisam seus potenciais e limitações no estudo "Fake news e 'viralização': responsabilidade legal na disseminação de desinformação".](#)

[Por que o STF removeu conteúdos críticos de sites noticiosos - e por que isso é um problema? Ivan Paganotti, um dos criadores do "Vaza, Falsiane!", analisa esse processo na pesquisa "Acusações, notícias 'falsas' e críticas na censura](#)

do site Crusoé pelo STF".

O advogado Felipe Reis Pompeu de Moraes, da Universidade Federal Fluminense, também analisa se a reação do STF neste caso foi justificável no artigo "A reportagem 'amigo dos amigos' é 'fake' ou é fato?".

Quer entender melhor o que é a fake science, como esses grupos se organizam e o perigo de sua crescente influência? Pesquisadores da Universidade Federal Fluminense analisam o fenômeno na pesquisa "Antivacina, fosfoetanolamina e Mineral Miracle Solution (MMS): mapeamento de fake sciences ligadas à saúde no Facebook", publicada na Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde, da Fiocruz.

Como plataformas de vídeo online se transformaram em espaço de proliferação de informações falsas sobre vacinas? Grupo de biólogos da Universidade Federal do Rio de Janeiro analisam esse problema no trabalho "O movimento antivacina no YouTube nos tempos de pós-verdade: educação em saúde ou desinformação?".

Como podemos combater as notícias falsas sobre a pandemia? O pesquisador Ivan Paganotti, um dos criadores do curso "Vaza Falsiane!" analisa esse desafio no estudo "Refutação automatizada de notícias falsas na pandemia: interações com o robô Fátima, da agência Aos Fatos".

Por que é tão difícil mudar o voto de outra pessoa. Artigo de Rodrigo Ratier no UOL.

Mais que combater fake news, é preciso lutar contra a manipulação emocional. Artigo de Rodrigo Ratier no UOL.

Pós-política e corrosão da verdade. Artigo de Eugênio Bucci na Revista USP.

Qual a diferença entre regulação, autorregulação, correção e desregulação na prática? Um dos criadores do "Vaza, Falsiane!", Ivan Paganotti discute quem formula (e quem segue) as regras comunicacionais na pesquisa "Redemocratização e reposicionamento de instâncias reguladoras da comunicação: disputas pelo controle da mídia no Brasil". Como cada país desenvolve sua regulação da mídia - e qual a influência da política nesse processo? O



cientista político Fernando Antônio Azevedo, da Universidade Federal de São Carlos discute esses paralelos na pesquisa “Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político”. Quer entender como outros países regulam plataformas digitais e redes sociais? Os pesquisadores Marcos Francisco Urupá Moraes de Lima e Jonas Chagas Lucio Valente, da Universidade de Brasília, apresentam um panorama das propostas mais recentes no estudo “Regulação de plataformas digitais: mapeando o debate internacional”. O Sleeping Giants no limiar do bem e do mal. Artigo de Joel Pinheiro da Fonseca na Folha de S. Paulo. Sleeping Giants é formado por casal de 22 anos do interior do Paraná. Coluna de Mônica Bergamo na Folha de S. Paulo. O livro Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo, tem o capítulo “Desordem da informação: formatos da informação incorreta, desinformação e má-informação”, de Claire Wardle e Hossein Derakhshan. Para quem consegue ler em inglês ou usa bem o Google Tradutor, recomendamos o artigo Activism, Advertising, and Far-Right Media: The Case of Sleeping Giants. Os pesquisadores Joshua Braun, John Coakley e Emily West entrevistam diversos responsáveis pelo Sleeping Giants ao redor do mundo

Como os legisladores brasileiros procuram combater fake news? Os pesquisadores Maíra Moraes Vitorino e David Renault, da Universidade de Brasília, analisam os primeiros projetos de lei contra notícias falsas no estudo “De crime eleitoral à segurança nacional: fake news no poder legislativo brasileiro”.

Quando começou a remoção de conteúdos considerados falsos durante campanhas políticas? Os criadores do curso “Vaza, Falsiane!” discutem o primeiro caso envolvendo fake news na justiça eleitoral na pesquisa “Entre a legalidade e a legitimidade: divergências e fundamentações na definição e bloqueio de ‘notícias falsas’ pelo TSE”.

Como os outros países punem a propagação de notícias falsas? O pesquisador Jonas Valente, da Universidade de



Brasília, classifica as principais estratégias internacionais no trabalho "Regulando desinformação e fake news: um panorama internacional das respostas ao problema".





VOCÊ TERMINOU A LEITURA DO ÚLTIMO MÓDULO!

Continue desvendando os mistérios da fake news
no site do **Vaza, Falsiane!**

VEJA NOVAMENTE TODAS AS ETAPAS

EXPEDIENTE **Concepção e realização do curso** Ivan Paganotti, Leonardo Sakamoto e Rodrigo Ratier
Design Estúdio Aya **Desenvolvimento web** Líbero+ **Gerente de projeto** Gustavo Heidrich **Roteiro e texto final** Gustavo Martins

APOIO Facebook • Faculdade Cásper Líbero • Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM Centro Universitário •
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo • Repórter Brasil

**VAZA,
FALSIANE!**

CONTEÚDO SOB LICENÇA CREATIVE COMMONS CC-BY.
É LIVRE O USO, CÓPIA E DIVULGAÇÃO DESTES MATERIAIS DESDE QUE CITADA A FONTE.