

Desinformação na Era Digital

Encontro Tecs - Bots e Fake News em Eleições

ARTIGO 19

Maio - 2018

Começando...

Fake News é coisa nova?



1903



1990



2018

“Fake News?”

- **Por que evitamos o termo Fake News (notícias falsas)** - O fenômeno da desinformação na era digital é mais amplo que a produção e divulgação de notícias falsas. Podemos nos basear em **TRÊS** razões para concluir isso:

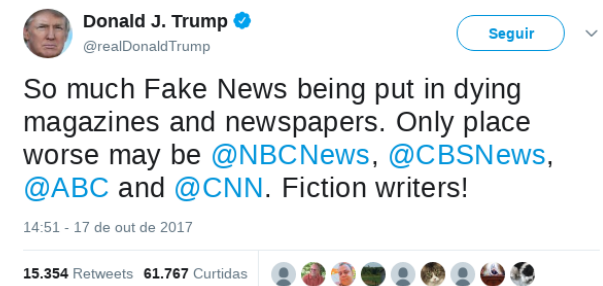
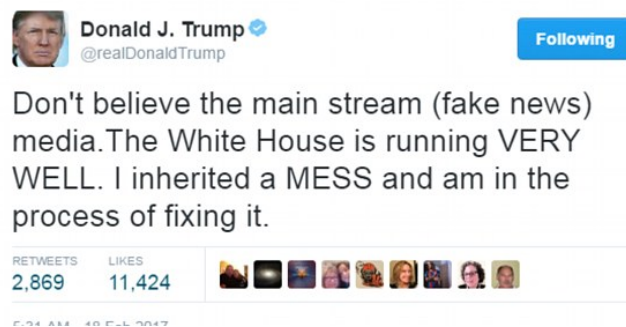
PRIMEIRA RAZÃO

Nem sempre o problema está na veracidade vs falsidade da informação em si, mas no modo como ela é fabricada, remodelada e posteriormente veiculada. Isso pode incluir o uso de contas automatizadas (bots), redes de falsos seguidores, vídeos alterados ou criados (deep fake), propaganda microdirecionada (Cambridge Analytica), grupos organizados de trolls, etc. Além disso, há ações que se relacionam mais a distribuição de desinformação que propriamente produção dela: spamming, comentários, compartilhamentos, (re)tweeter.

“Fake News?”

SEGUNDA RAZÃO

O risco da má utilização do termo fake news como forma de recriminação da atividade jornalística, que por vezes pode ser crítica a indivíduos ou certos grupos sociais e serem tachadas de “falsas”, como temos o exemplo de Donald Trump:



“Fake News?”

TERCEIRA RAZÃO

- Deve-se evitar a abordagem o problema da desinformação na chave da Verdade x Mentira / Certo x Errado.
- *A liberdade de expressão é um direito humano que deve ser promovido e defendido. Qualquer medida que trate de temas relacionados a essa área de maneira punitivista ou como “caso de polícia”, incorre em altos riscos de institucionalizar mecanismos de censura e perseguição que atentam contra o funcionamento de um regime democrático. O termo notícias falsas é recorrentemente analisado de forma reducionista, levando a classificação de qualquer tipo de informação, em última análise, como falsa ou verdadeira, excluindo do debate textos opinativos, a liberdade artística, literária tantas outras formas de expressão que não podem ser simplisticamente enquadradas como verdadeiras ou falsas.*

Uma perspectiva com base no direito à Liberdade de Expressão

- O fenômeno da desinformação se refere a métodos de produção e compartilhamento de informações e, portanto, se refere diretamente ao direito humano à liberdade de expressão.
- Ainda não há uma resposta definitiva ou uma análise final sobre os possíveis impactos da desinformação na era digital, mas já existem padrões internacionais de direitos humanos que abordam o tema e tecem recomendações mínimas a governos e entes privados sobre como proceder

Padrões internacionais

Embora ainda persistam mais perguntas que respostas, o fenômeno da desinformação já foi alvo de análise e proposições por grupos de especialistas e pesquisadores. Destaca-se aqui dois documentos, de suma importância:

- **Joint Declaration on Freedom of Expression and “Fake News”, Disinformation and Propaganda, 2017.**
- **Final report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation, 2018.**

E o Brasil?

- O emprego de técnicas de desinformação massivamente já se deu em eleições passadas e provavelmente será ainda mais intenso em 2018.

2 – Filha de Dilma Rousseff é dona de mais de 20 empresas

De acordo com uma “notícia” que se espalhou por aí, **Paula Rouseff Araújo** – filha da Presidente – seria dona de mais de 20 empresas e teria ficado milionária por causa da mãe. Na verdade, Paula é [Procuradora do Ministério Público do Trabalho do Rio Grande do Sul](#). É concursada e recebe um salário de R\$15mil por mês do estado. **Não há nenhuma empresa registrada no CNPJ da filha da Presidente** e a publicação mais antiga desse boato foi feita em um blog chamado Pesadelos Políticos (que não está mais no ar).

4 – Aécio Neves diz que não precisa do voto dos professores!

Esse hoax surgiu no Facebook e se espalhou rapidamente pela web e afirma que o candidato Aécio Neves teria dito que não precisa dos votos dos professores:



Após três anos, PF chega a autor de fake news em eleição

A investigação se deu no Espírito Santo. Empresário acusado de criar sites para espalhar notícia falsa pode ser obrigado a pagar multa de até 100 000 reais

Por **Thiago Bronzatto**

© 12 jan 2018, 19h06 - Publicado em 12 jan 2018, 18h22

ARTICLE19

O que tem sido feito pelo Governo?

- TSE criou um Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições no fim de 2017, com integrantes:

- a) do Governo Federal
- b) do Poder Judiciário
- c) do Exército
- d) da ABIN
- e) do CGI.br
- f) de uma organização da sociedade civil (SaferNet)
- g) de uma instituição acadêmica (FGV)

- As atribuições do Conselho são:

- I - desenvolver pesquisas e estudos sobre as regras eleitorais e a influência da Internet nas eleições, em especial o risco das fake news e o uso de robôs na disseminação das informações;
- II - opinar sobre as matérias que lhe sejam submetidas pela Presidência do TSE;
- III - propor ações e metas voltadas ao aperfeiçoamento das normas.

Porém....

Conselho de fake news não se reúne há 2 meses

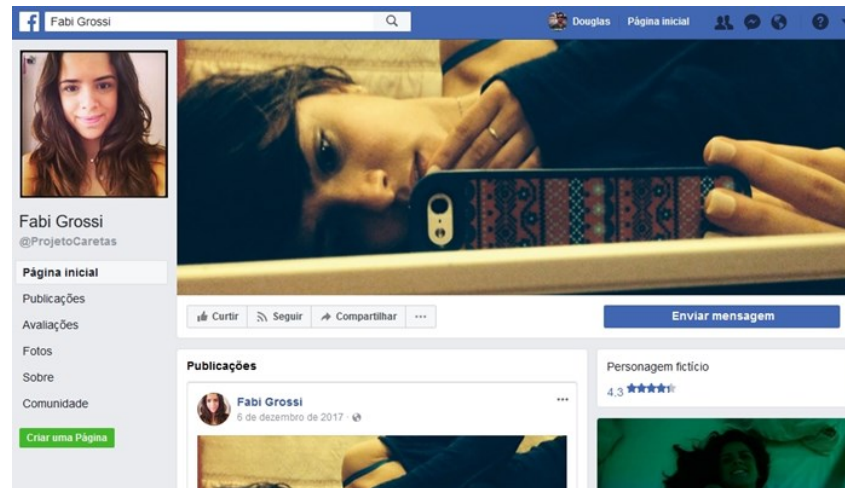
Último encontro do colegiado criado pelo TSE para combater notícias falsas ocorreu em março; Fux prioriza conversas com Exército e PF

Em reuniões anteriores, o conselho consultivo já havia discutido a criação de um manual para orientar os juízes eleitorais a tomar decisões sobre o tema. Uma das preocupações de empresas do setor de tecnologia, por exemplo, é que os magistrados apontem especificamente o endereço eletrônico que deve ser removido por propagar conteúdo falso.

Segundo o **Estado** apurou, não deve ir adiante a proposta de criar uma plataforma online no âmbito do TSE para conferir se uma notícia é verdadeira ou não, já que a Corte Eleitoral não tem capacidade operacional nem pretende dar selo oficial para notícias.

O uso de Bots

**Disclaimer:
Bots não têm lado!**



ARTICLE19

O uso de Bots

ALGUNS NÚMEROS

*“By liking, sharing, and searching for information, social bots (automated accounts impersonating humans) can magnify the spread of fake news by orders of magnitude. By one recent estimate—that classified accounts based on observable features such as sharing behavior, number of ties, and linguistic features - **between 9 and 15% of active Twitter accounts are bots (6). Facebook estimated that as many as 60 million bots (7) may be infesting its platform.**” (Lazer, 2018)*

O uso de Bots nas eleições de 2014

Em 2014, diversos pesquisadores estudaram a participação dos Bots na eleição. Destacam-se dois estudos (University of Washington e FGV-DAAP). Nessas pesquisas, dados importantes foram extraídos, tais quais:

- 1) 10% do debate eleitoral online de 2014 teve como fonte a ação dos bots;
- 2) Ambos os candidatos que chegaram ao segundo turno investiram altas somas na utilização de Bots nas redes sociais. A campanha do PSDB alcançou 80 milhões de pessoas com seus bots enquanto a campanha do PT alcançou 22 milhões de pessoas.
- 3) Após o uso nas campanhas estima-se que boa parte dos bots permaneceram ativos, sendo utilizados massivamente também durante o processo de impeachment.

O uso de Bots: quanto custa para mim?

Planos Vip		
Todos os Planos são Ilimitados, não cobramos taxa de instalação basta selecionar o Plano Preencher seu Cadastro se Selecionar a Forma de Pagamento.		
BASICO	PLUS	PREMIUM
R\$ 35 /MÊS.	R\$ 85 /MÊS.	R\$ 160 /MÊS.
Comprar	Comprar	Comprar
<ul style="list-style-type: none">✓ Reações✓ Comentários✗ Compartilhamentos✓ Amigos✗ Seguidores✗ Likes em Páginas✗ Likes Automáticos	<ul style="list-style-type: none">✓ Reações✓ Comentários✓ Compartilhamentos✓ Amigos✗ Seguidores✗ Likes em Páginas✓ Likes Automáticos	<ul style="list-style-type: none">✓ Reações✓ Comentários✓ Compartilhamentos✓ Amigos✓ Seguidores✓ Likes em Páginas✓ Likes Automáticos

Imagem do site: <https://brasilliker.autoliker.pro/>

O uso de Bots : quanto custa uma campanha?

Dilma 2014

Rousseff's campaign also used bots, but not on the scale used by Neves, as was later confirmed by leaked internal party memoranda published in the *Estado de São Paulo* after the election (Filho & Galhardo, 2015). The memoranda covered the use of bots during the campaign, stating that Neves' operation used them not only on Twitter and Facebook, but on WhatsApp, and that it spent an estimated **\$R10 million** in purchasing and deploying these within the social networks and private messaging application.

Trump 2016

In the end, **Federal Election Commission filings show** that the Trump campaign paid Cambridge \$5.9 million over the rest of the campaign, and the **Wall Street Journal reported** that \$3 million more went to Cambridge through Parscale's firm.

O uso de Bots : Como identificar?

Alguns fatores podem ser analisados para identificar um bot numa rede social (FGV-DAPP – 2017):

- Variedade de ações enquanto conectados na rede;
- Características do usuário, considerando o número de amigos (as pessoas reais possuem, em média, entre 100 e 1000 seguidores), a proporção e a correlação entre perfis seguidos e perfis que seguem o usuário;
- Características das amizades, analisando como os usuários daquela rede estão interagindo entre si, incluindo padrões relacionados a linguagem, popularidade e horário nos locais de interação;
- Características da rede de retuítes, menções e repetição de hashtags;
- Características temporais, como o tempo médio de produção de tweets;
- Características de conteúdo e linguagem;
- Características do sentimento expressado por meio da postagem.

O uso de Bots: essa é a principal questão?

Fake news spreads faster than true news on Twitter—
thanks to people, not bots

A conclusão do estudo foi :

“Falsehood diffused significantly farther, faster, deeper, and more broadly than the truth in all categories of information, and the effects were more pronounced for false political news than for false news about terrorism, natural disasters, science, urban legends, or financial information. We found that false news was more novel than true news, which suggests that people were more likely to share novel information. Whereas false stories inspired fear, disgust, and surprise in replies, true stories inspired anticipation, sadness, joy, and trust. Contrary to conventional wisdom, robots accelerated the spread of true and false news at the same rate, implying that false news spreads more than the truth because humans, not robots, are more likely to spread it.” (Vosoughi, 2018)

O que tem sido feito pelas plataformas?

TWITTER

Carlos Monje, Twitter's director of public policy and philanthropy, said the company created a "cross-functional elections task force" for the midterms with plans to:

- Verify party candidates to prevent copycat accounts
- Work with federal and state election officials to manage any issues
- Improve its algorithm to stamp out bot accounts targeting election-related content
- Monitor trending topics and conversations related to the 2018 election for any fake news
- Use its Ads Transparency Center for political ads

O que tem sido feito pelas plataformas?

TWITTER

There are lots of things you can't do on Twitter. You can't threaten violence, post pornography or wear a swastika in your profile pic.

But you can lie. Twitter made clear on Thursday that while it is happy to serve as a platform for fact-checkers, it does not want to get into the business of making its own judgments about what is true or false.

“We are not the arbiters of truth,” said Nick Pickles, Twitter's head of public policy for the United Kingdom, during testimony before British lawmakers in Washington. “We are not going to remove content based on the fact this is untrue. The one strength that Twitter has is it's a hive of journalists, of citizens, of activists correcting the record, correcting information.”

O que tem sido feito pelas plataformas?

GOOGLE NEWS INITIATIVE

“Pessoas mal intencionadas frequentemente usam as plataformas do Google para espalhar notícias urgentes, o que aumenta a chance de distribuir conteúdos imprecisos”, disse Philipp Schindler, diretor de negócios do Google, num comunicado oficial. “Por isso, treinamos nossos sistemas para reconhecer esses eventos e ajustar nossos sinais em direção a um conteúdo mais legítimo. Há desafios comparáveis no YouTube e estamos adotando uma abordagem semelhante, destacando informações relevantes de fontes de notícias verificadas na estante de ‘Top News’”.

Já o Google diz que está criando o Disinfo Lac, com a ajuda de um grupo chamado First Draft, com o intuito de combater notícias falsas durante grandes acontecimentos como eleições e outras histórias de última hora. A multinacional também está trabalhando com Poynter Institute, Stanford University e Local Media Association para criar uma organização de alfabetização midiática para crianças. O Google ainda comunicou um plano de auxílio a veículos como The Washington Post, visando gerar mais receita com assinaturas.

PS: At the moment, this is in only in the U.S. but we'll roll it out globally in the coming months

O que tem sido feito pelas plataformas?

Manchetes

[Mais Manchetes](#)

Para conter gasolina, Temer vai na contramão da equipe econômica

Folha de S.Paulo • hoje

- **Temer desiste de concorrer à Presidência e vai anunciar Meirelles como candidato do MDB, diz fonte**
Terra • 4 horas atrás
- **Contra alta da gasolina, Meirelles propõe redução de impostos**
Notícias ao Minuto Brasil • hoje
- **MDB lança programa de governo e Temer confirma candidatura de Meirelles**
UOL • uma hora atrás
- **Temer anuncia pré-candidatura de Henrique Meirelles ao Planalto**
Terra • uma hora atrás

 [Ver cobertura completa](#)

Temer convoca reunião para discutir alta no preço dos combustíveis

Terra • hoje

- **Temer vai reunir ministros para discutir preço dos combustíveis, afirma Minas e Energia**
Globo.com • ontem



[Ver mais](#) ▼

São Paulo

Ensolarado

23°C



Hoje	qua	qui	sex	sáb
23°C 11°C	22°C 13°C	22°C 15°C	21°C 14°C	22°C 14°C

C | F | K

[Mais informações em weather.com](#)

Checagem de fatos

Rodrigo Maia usa números imprecisos sobre Previdência na TV

Aos Fatos

Bolsonaro dispara dados falsos de economia, saúde e educação

Agência Pública

ARTICLE19

O que tem sido feito pelas plataformas?

FACEBOOK

Lançou programa de combate às Fake News no dia 10 de maio. A plataforma se uniu às agências de checagem Aos Fatos e Agência Lupa em uma iniciativa que busca reduzir a distribuição orgânica de conteúdos classificados como falsos.

Onde os verificadores de fatos se encaixam no trabalho do Facebook?

O Facebook identifica notícias potencialmente falsas usando vários sinais, inclusive feedback da nossa comunidade



Verificadores de fatos terceiros analisam e classificam a veracidade das notícias



O Facebook toma providências rebaixando notícias falsas no Feed de Notícias



ARTICLE¹⁹

Recomendações feitas pelo Relatório da UE

PARA CURTO E MÉDIO PRAZO

O papel das plataformas, agências de notícias e organizações de checagem de fatos

- Estabelecimento de uma coligação que represente plataformas, organizações de mídia (incluindo imprensa e radiodifusores) e organizações da sociedade civil para elaboração do Código de Boas Práticas multissetorial acompanhado por implementação e monitoramento contínuos, com transparência e participação social.

● O papel das autoridades públicas

- Apoiar o estabelecimento das coligações acima, assim como centros de pesquisa europeus sobre desinformação, que mapeiem e analisem o ecossistema da informação;
- Prosseguir com os planos do grupo e proporcionar um novo momento de discussão e estabelecimento de diretrizes em 2019.

Recomendações feitas pelo Relatório da UE

PARA LONGO PRAZO

Estados

- Investir em ações de educação sobre mídia e informação, promovendo o intercâmbio de boas práticas entre professores e alunos do sistema educacional europeu;
- Financiar diversos projetos de comunicação e mídia com base na pluralidade e diversidade dos grupos sociais;
- **Plataformas**
- Desenvolver ferramentas para compartilhar informações padrão para usuários desenvolvidos por instituições independentes (educacionais) dentro de programas de alfabetização midiática e informacional, aumentando a conscientização sobre a desinformação digital e descobertas emergentes sobre riscos digitais;

Recomendações feitas na Declaração Conjunta

Os Estados

- proibições genéricas sobre disseminação de informação baseadas em conceitos vagos e ambíguos, como “notícias falsas” ou “informação não-objetiva”, são incompatíveis com os padrões internacionais de restrição ao direito da livre expressão;
- atores estatais não devem produzir, patrocinar, encorajar or disseminar declarações das quais eles têm ciência ou grandes indícios de serem falsas (desinformação)
- Os Estados, de acordo com suas obrigações domésticas e internacionais, devem garantir a disseminação de informação confiável e verificável, incluso sobre interesse público, por exemplo, a respeito de temas econômicos, saúde pública, segurança e meio ambiente
- Deve haver um regime de regulatório para os meios de comunicação que seja gerido de forma independente, protegida de influências ou pressões externas políticas e/ou econômicas, com vistas à promoção de um setor de comunicação livre, independente e diverso
- Os Estados devem assegurar a presença da mídia pública forte, independente e bem provida de recursos, que opere com um mandato claro de servir o interesse público sobre a informação e manter altos padrões jornalísticos

Recomendações feitas na Declaração Conjunta

Os intermediários

- Os intermediários que têm a intenção de restringir conteúdo de terceiros (deletando ou moderando) além das normas nacionais e internacionais estabelecidas, devem adotar regras claras, pré-determinadas que regulem tais ações. Elas devem estar baseadas em critérios justificáveis e objetivos e não em questões ideológicas ou políticas, e devem ser adotadas, de preferência após consulta aos usuários das plataformas administradas pelos intermediários.
- os mecanismo automáticos, usuais nas atuais plataformas online, como o uso de algoritmos, e enfatizam que os mesmos direitos são aplicáveis caso a retirada tenha sido feita automaticamente ou sem intervenção humana.

Os Jornalistas e Meios de Comunicação

- setor de mídia e aos jornalistas investirem em sistemas efetivos de autorregulação seja a nível institucional (como o estabelecimento de ouvidorias) ou a nível individual (com a contratação de ombudsmen)

incluir princípios direcionados à aferição da objetividade das notícias, **incluindo o direito à correção e/ou direito de resposta** em casos de declarações imprecisas publicadas.

Referências Bibliográficas

- Dan Arnaudo, Computational Propaganda In Brazil. Social Bots during Elections. University of Washington. 2017. Disponível em:
<http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Comprop-Brazil-1.pdf>
- Final report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation. 2018. Disponível em:
<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>
- Joint Declaration on Freedom of Expression and “Fake News”, Disinformation and Propaganda. 2017. Disponível em: <https://www.osce.org/fom/302796?download=true>
- David M. J. Lazer. The science of fake news. Revista Science. 2018. Disponível em:
<http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1094/tab-article-info>
- Revista do Instituto Humanitas Unisinos - No 520 | Ano XVIII | 23/4/2018. Disponível em:
<http://www.ihuonline.unisinos.br/edicao/520>



Marcelo Blanco

marcelo@article19.org