

FAKE NEWS NA PRÁTICA: COMO CONCEITUAR, COMO COMBATER

Bernardo Felipe Estellita Lins¹

Resumo

O texto revisa as motivações para a escalada de fake news nos últimos anos, no contexto de um ambiente crescentemente digitalizado. Em paralelo à interferência em grandes processos sociais, a exemplo de manifestações coletivas e campanhas eleitorais, há uma ocorrência importante de uso desses recursos na agressão a pessoas, comunidades, empresas e entidades públicas. O ambiente ainda pouco amadurecido de compreensão acerca do modo como essas técnicas operam dificulta a defesa diante destas. Algumas alternativas são examinadas.

Abstract

We review the context involved in the increased use of fake news in recent years. The visibility given to their interference in major social processes, such as public protests and electoral campaigns, dwarfs other uses of these techniques to harm individuals, communities, corporations or public institutions. The ongoing discussion of the issue has not converged

¹ Doutor em economia pela Universidade de Brasília, foi consultor legislativo da Câmara dos Deputados de 1994 a 2022. É membro da Academia Brasileira da Qualidade e do Instituto Histórico e Geográfico do DF. Este artigo reflete apresentação realizada no 27º Congresso Brasileiro de Advocacia Pública, em Salvador (BA), 12 a 14 de julho de 2023.

so far, in Brazil, to a doctrine and a legislation that can support an effective defense against such occurrences. Some options are thus examined.

1. INTRODUÇÃO

Na última década, o debate a respeito das perspectivas sociais e econômicas ganhou um elemento de análise decorrente da digitalização da vida social e da atividade produtiva, propiciada pela convergência de três grandes processos que se entrelaçam: o uso abrangente da comunicação pela internet, sobretudo após a adoção do smartphone, o tratamento de grandes volumes de dados, com a capacidade de extrair destes conjecturas relevantes a respeito do comportamento dos indivíduos e do mercado e o uso da inteligência artificial em grande escala para reconhecimento de padrões e tomada de decisão.

As implicações dessas três grandes tendências (e de outras, vinculadas de algum modo à tecnologia da informação) alcançam praticamente todas as dimensões da vida em sociedade, e dos processos de produção e circulação das mercadorias, em muitos casos com mínima intervenção humana.

Os dilemas enfrentados diante da crescente adoção da tecnologia da informação resultaram em complexas avaliações de ordem moral e jurídica e na propositura e aprovação de uma variedade de leis e regulamentos para delimitar e calibrar essa adoção. Destacam-se, no Brasil, o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014) e a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018).

Os debates legislativos a respeito do tema, porém, não estão esgotados. A disseminação de fake news, a responsabilidade solidária das redes sociais na sua veiculação e no impulsionamento de mensagens, o uso de algoritmos de ranqueamento, priorização e disseminação de conteúdo, a discriminação de destinatários e a competição multimídia desleal são objeto de dezenas de propostas legislativas,

entre as quais destaca-se o Projeto de Lei nº 2.630, de 2020, já aprovado no Senado Federal e que tramita na Câmara dos Deputados.

Há uma outra dimensão nesse debate, que é a da ordem prática das coisas. Com ou sem uma lei, pessoas, comunidades tradicionais, empresas e o governo enfrentam seguidas situações em que o monitoramento das suas decisões, a veiculação maliciosa de informações falsas ou ofensivas a seu respeito, erros de identificação ou preconceitos orientados por recomendações de softwares prejudicam seus interesses, resultando em cerceamento de direitos, crimes contra a honra ou danos comerciais e financeiros. Para compreender algumas razões da eficácia dessas mensagens e decisões, seus efeitos imediatos e de longo prazo e as alternativas disponíveis para combatê-las, esta comunicação está organizada em quatro seções que se descrevem a seguir.

Na seção 2 faz-se uma reflexão acerca do ciclo de vida desse debate e o estágio em que nos encontramos, ainda marcado pela inexistência de uma legislação apropriada.

Na seção 3 é discutida a eficácia das mensagens maliciosas, em que processos pessoais ou coletivos sua recepção se apoia e que tipo de mecanismos tornam seu vigor mais contundente, destacando as dimensões emocionais e arquetípicas da sua interpretação.

Na seção 4 são discutidas as abordagens possíveis no tratamento de fake news, organizadas em três dimensões distintas. Na ordem institucional, de mais longo alcance, inscrevem-se as iniciativas legislativas e regulatórias características do ciclo de vida do tema. Na ordem educativa se inserem as campanhas e práticas de letramento digital, as orientações aos usuários e um eventual ciclo natural de imunização do destinatário. Porém, não é possível, na maior parte dos casos, esperar a maturação desses ciclos, o que lança especial importância à ordem reativa de tratamento dessas agressões, que se dá mediante o bloqueio de mensagens e o ajuizamento de compensações.

Oferecemos, enfim, algumas reflexões a título de fecho.

2. O ESTÁGIO DE DEBATE E OS DILEMAS DE QUEM ENFRENTA AGRESSÕES

De um ponto de vista pragmático, as escolhas disponíveis à vítima de uma agressão baseada em recursos da tecnologia da informação, em termos de sua defesa, de busca de proteção ou de afirmação de seus direitos, estão condicionadas pelo estágio de institucionalização do tema.

O ciclo de vida de um tema dessa natureza, que envolve interesses políticos, econômicos e de garantias individuais e negociais, caracteriza-se pela sucessão de cinco estágios distintos (figura 1) que parcialmente se sobrepõem (BARON, 2003: 16-17; GEELS e PENNA, 2015: 68-69):

- a. Identificação de um fosso entre uma questão relevante e seu tratamento institucional (estágio de gap). Episódios isolados revelam uma conjuntura cujo tratamento escapa às instituições sociais.
- b. Coordenação de interesses no encaminhamento da questão (estágio de ativismo), podendo envolver entidades patronais ou sindicais, meio acadêmico, entidades de defesa de minorias ou o engajamento coletivo autônomo.
- c. Consolidação do debate público, com a disseminação de opiniões na mídia e em redes sociais, a sensibilização das instituições e a priorização do tema na agenda pública (estágio de debate público).
- d. Formação de uma doutrina e construção de instrumentos regulatórios que tratem do balanceamento de interesses e dos aspectos civis e penais relacionados ao tema (estágio de regulamentação).
- e. Aplicação do marco regulamentar construído e consolidação de uma jurisprudência (estágio de administração), ou fracasso do ciclo e surgimento de novas evidências

que reavivam o debate. A eventual maturidade do tema devolve a opinião pública a uma situação de repouso ou apatia.

Em certa medida, essa divisão do ciclo de vida de um tema é arbitrária, resultando de observações acerca de regularidades constatadas em uma variedade de casos. No entanto, como em todo modelo, não se pretende aqui retratar uma realidade, mas representá-la de modo simplificado para facilitar sua análise.

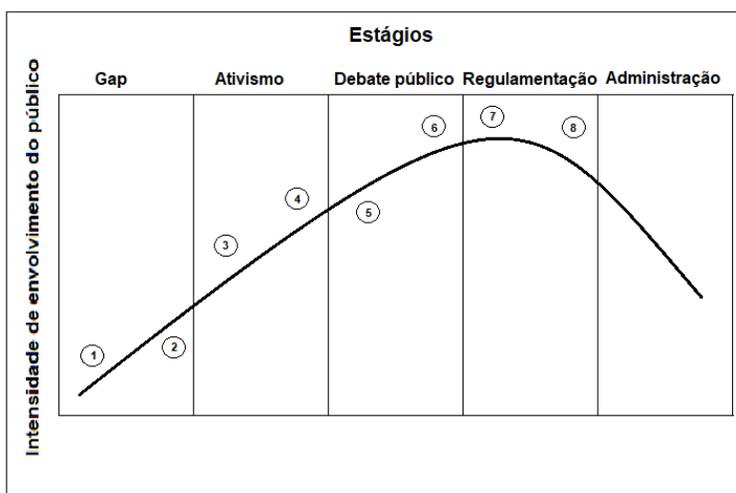


Figura 1 – Estágios no debate do tema fake news

Fonte: elaboração própria

No envolvimento da opinião pública com fake news, alguns marcos têm sido reconhecidos como importantes e podem ser acompanhados na trajetória descrita na figura 1 (DELLA PORTA e MATTONI, 2015; LAZER *et al*, 2018; LINS, 2019; LINS, 2022; PENNYCOOK e RAND, 2021; WANG, 2020).

O tema começou a surgir em meados da década de 1990, com a abertura da internet ao público em geral, época em que o termo “fake news” foi proposto pelo site First Draft (ponto 1 da figura 1).

De início, porém, o uso de redes sociais em apoio a mobilizações, entre 2008 e 2013 (Islândia, primavera árabe, Espanha, Itália, Grécia, Occupy Wall Street em Nova York, jornada de 2013 no Brasil) destinava-se à coordenação do movimento e sua divulgação. As evidências de uso intensivo dessas fake news com finalidade de engajamento político ganharam densidade a partir de 2016, durante a campanha do plebiscito do Brexit e as eleições presidenciais e proporcionais na Itália, Áustria, EUA e Argentina, entre outros países (2). No Brasil essa prática já se evidenciara nas eleições municipais daquele ano, mas ganhariam escala e notoriedade na campanha presidencial de 2018. Em 2020, a disseminação em massa de notícias falsas ou enganosas no contexto da pandemia COVID-19 redobrou as preocupações com o fenômeno.

Paralelamente, já era disseminado o uso de notícias falsas contra empresas ou pessoas, mas os episódios não ganhavam a notoriedade trazida pela exposição dessa prática na política. As fake news, tornavam-se objeto de discussão pública e de manifestação doutrinária (3). No Brasil, o TSE foi incitado a se posicionar a tal respeito após as eleições de 2018, em especial pelo agressivo embate contra a confiabilidade da urna eletrônica, provocado pelo candidato Jair Bolsonaro a partir de 2017, com notícias inverídicas e declarações sem fundamentos. Entre maio e agosto de 2019 criou-se um programa de enfrentamento à desinformação para a campanha de 2020. Veículos de imprensa e agências de checagem de notícias passaram a monitorar regularmente as redes sociais (4).

O debate sobre as fake news alcançou a esfera legislativa ainda em 2019, levando o Congresso a examinar e aprovar a Lei nº 13.834, de 4 de junho de 2019, que insere artigo no Código Eleitoral tipificando o crime de “dar causa à instauração de investigação policial, de processo judicial, de investigação administrativa, de inquérito civil ou ação de improbidade administrativa, atribuindo a alguém a prática de crime ou ato infracional de que o sabe inocente, com

finalidade eleitoral”. Esse dispositivo veio a somar-se às leis então existentes, voltadas ao tratamento de dados, como o MCI, a LAI e a LGPD (5). O debate entremeou-se à discussão do poder econômico das plataformas digitais, resultando na aprovação do Projeto de Lei nº 2.630, de 2020, pelo Senado Federal (6).

A partir de então, no âmbito legislativo, os debates a respeito de fake news ocorreram preponderantemente na Câmara dos Deputados, sendo alongados pelo isolamento social decorrente da pandemia COVID-19.(7). Em abril de 2023, enfim, foi apresentado um texto substitutivo ao Projeto de Lei nº 2.630, de 2020, para votação no Plenário. No entanto, a tentativa fracassou e a matéria encontra-se em espera (8)

A perda de momento no debate do tema não deve causar surpresa. Por um lado, enfoques substitutos foram inseridos no debate, por exemplo a remuneração de veículos de imprensa industrial tradicionais, desviando o foco de determinadas partes interessadas. Ademais, a mudança de prioridades das demandas políticas, em especial, a partir de março de 2023, o debate econômico, com a discussão dos juros, a aprovação do arcabouço fiscal e o encaminhamento de uma reforma tributária e, em maio, a discussão sobre a fragilidade do governo diante do Legislativo, esvaziaram a prioridade da regulamentação aqui examinada.

A evolução do ciclo de vida do tema, a par de registrar o grau de envolvimento do público ou de seus representantes, promove a consolidação de três pilares da sua compreensão jurídica: aprendizagem a respeito das tecnicidades envolvidas e dos efeitos resultantes da adoção da tecnologia, formação de uma doutrina de interpretação dos fatos trazidos a exame, com a aceitação de um jargão apropriado à sua descrição, e formulação legislativa ou regulamentar dos direitos, obrigações, garantias, ilícitos e penalidades decorrentes destes.

3. POR QUE FAKE NEWS FUNCIONAM

Para discutir as motivações exploradas na disseminação de fake news e na manipulação do comportamento das pessoas, é preciso reconhecer que uma população ou grupos desta, tensionados pelas dificuldades de um certo episódio, deixam emergir forças que levam a um comportamento não racional, mas marcado por emoções profundas. O coletivo, assim como o indivíduo, carrega várias camadas que se sobrepõem, das quais o comportamento racional, visível, lógico, é apenas a mais exterior. Subjacente a este, um poderoso substrato de emoções e crenças se revela.

A existência desse substrato de imaginário social para a construção de crenças e valores que orientam a manifestação individual e coletiva das pessoas tem longa tradição na sociologia e na psicologia, cuja discussão escapa aos objetivos desta comunicação. Adotaremos aqui, para derivar algumas conjecturas, um modelo oferecido por Sohail Inayatullah para aplicação em estudos prospectivos (INAYATULLAH, 2005).

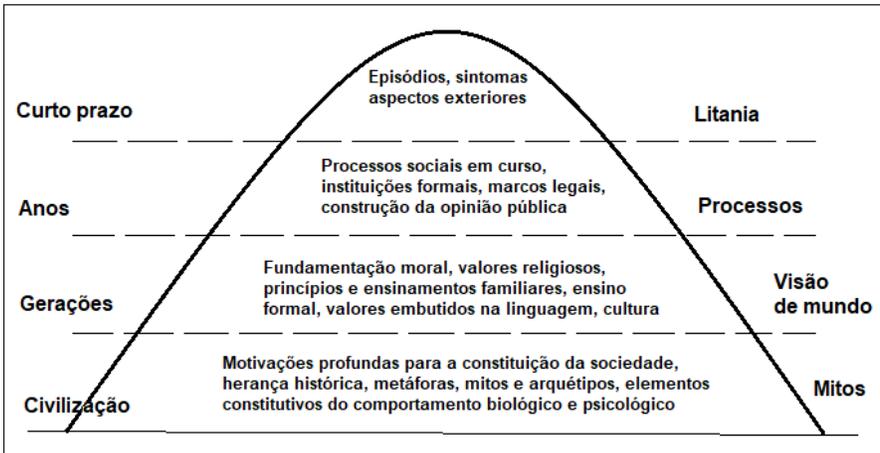


Figura 2 – Modelo de análise de causalidade em camadas

Fonte: elaboração própria

O modelo CLA (“causal layered analysis”) estratifica os processos sociais em quatro degraus, conforme a visibilidade e a resiliência das forças em curso (figura 2):

- a. Litania – consiste no degrau exterior, em que relatos racionais são edificados, consistindo de fatos e narrativas constatáveis, dados amostrais ou de censos, registros contábeis, bases de dados, reportagens na imprensa, testemunhos, pesquisas de opinião e registros de investigação científica. Tais achados evidenciam relações e fundamentam logicamente o funcionamento social.
- b. Processos subjacentes – interesses e causas subjacentes dos episódios são desvendados, por exemplo no contexto sociológico de “levantar o véu” para observar as forças em curso. Para evidenciá-las, uma visão sistêmica se faz necessária, envolvendo identificação de interações, modelagens e estudos comparados.
- c. Visão de mundo – construção coletiva de processos de compreensão, com elevado componente emocional, cuja identificação demanda esforços de análise do discurso, cultura, valores e linguagem, para evidenciá-lo em documentos, depoimentos, manifestações públicas, debates, doutrina política e religiosa, estrutura e prática do meio educacional.
- d. Mitos formadores – elementos constitutivos da pessoa e da sociedade, sendo examinados por psicanálise, análise de metáforas, mitos e arquétipos, revelados em narrativas herdadas, expressões artísticas e manifestações que mobilizam e influenciam microculturas.

Quanto mais se aprofunda nesse exame causal, mais complexa e diversificada se torna a análise. De sua parte, quanto mais profundamente um processo informacional toca a pessoa e a sociedade,

mais contundente e prolongado é o seu resultado. Para que esse efeito seja obtido por meio da veiculação de mensagens, é preciso evoluir da argumentação racional e analítica para a exposição e justificação emocional, e daí para a construção doutrinária e arquetípica.

Para que uma mensagem, ou um fluxo de mensagens, tenha essa possibilidade de mobilizar camadas profundas da pessoa ou comunidade que a recebe, uma construção bastante específica é adotada, apelando ao emocional, ao valorativo e ao mítico.

Trata-se de uma construção distinta da explorada pela mídia tradicional. Na comunicação jornalística industrial, a narrativa é disseminada a todo o conjunto de leitores, espectadores ou ouvintes que têm acesso a um veículo. Um maior alcance depende da base alcançada pelo veículo e da qualidade do formato. A maximização da audiência resulta de um posicionamento ideológico próximo da mediana das preferências do público. Ao buscar esse posicionamento, o apelo a argumentos racionais usualmente atrai um número maior de receptores.

Ademais, a mídia industrial do século XX consolidou uma relação de consumo em que o espectador, ouvinte ou leitor é posto no polo de receptor passivo da comunicação, o que caracteriza uma economia da atenção consolidada na forma de um mercado bilateral: o consumidor capturado incorpora-se a uma audiência que é então vendida a um anunciante, remunerando o veículo. Quando tenta fazer um apelo ao emocional, essa forma de disseminação orientada pela mediana do público torna-se ineficaz pois, dependendo do tipo de emoção explorada, um bolsão distinto de destinatários é alcançado.

Por outro lado, a comunicação nas redes sociais, ao mesclar aspectos de mídia com aspectos de mensageria interpessoal e de chamado à ação, põe o destinatário em uma posição ativa, estruturando uma economia de engajamento. Isto resulta em uma construção de comunidades orientadas a interesses específicos e reações

emocionais. Ganha-se, assim, uma segmentação pormenorizada do público e mensagens apropriadas são direcionadas para cada bolha, com conteúdo e forma narrativa ajustados ao seu perfil.

Os princípios, portanto, dessa modalidade de comunicação são os da fragmentação da narrativa em mensagens específicas a cada bolha, da priorização do encaixe emocional de cada mensagem com o perfil emocional do destinatário, da construção de cada mensagem combinando elementos verídicos e falsos com palavras-chave destinadas a maximizar o ajuste emocional e promover o engajamento.

Desse modo, é possível construir fluxos de mensagens capazes de afetar camadas profundas dos processos sociais em curso, com efeitos de longo prazo. As fake news se enquadram nesse contexto. O conteúdo falso é construído de modo a engajar o destinatário.

O formato é elaborado de modo a emular uma comunicação noticiosa, aproveitando-se da aura de reconhecimento que a envolve. A fake news é apresentada como uma notícia, um comentário qualificado ou um testemunho de primeira mão. O conteúdo possui algum elemento maravilhoso, às vezes no sentido positivo, outras vezes assustador ou conspiratório. O gancho emocional é recorrente. A disseminação inicial é seletiva, sendo endereçada a um conjunto previamente identificado de receptores cujo perfil emocional e de valores é eficiente para a recepção da mensagem, mediante um disseminador primário, que pode ser uma pessoa ou um bot (figura 3).

Em muitos casos, fontes legítimas dessas mensagens são propositalmente construídas. Em política, mensagens são extraídas de declarações inverídicas de autoridades ou agentes públicos, configurando legitimamente notícias. O discurso político, então, é construído como uma rica fonte de afirmações a serem aproveitadas em postagens que, de outro modo, seriam fantasiosas.

Eventualmente, isto resulta em discursos ou depoimentos repletos de comentários desconexos ou inverídicos, que serão posteriormente decupados em mensagens pontuais. A eficácia da

comunicação não reside na manifestação inicial, mas no fluxo de mensagens decorrente desta.

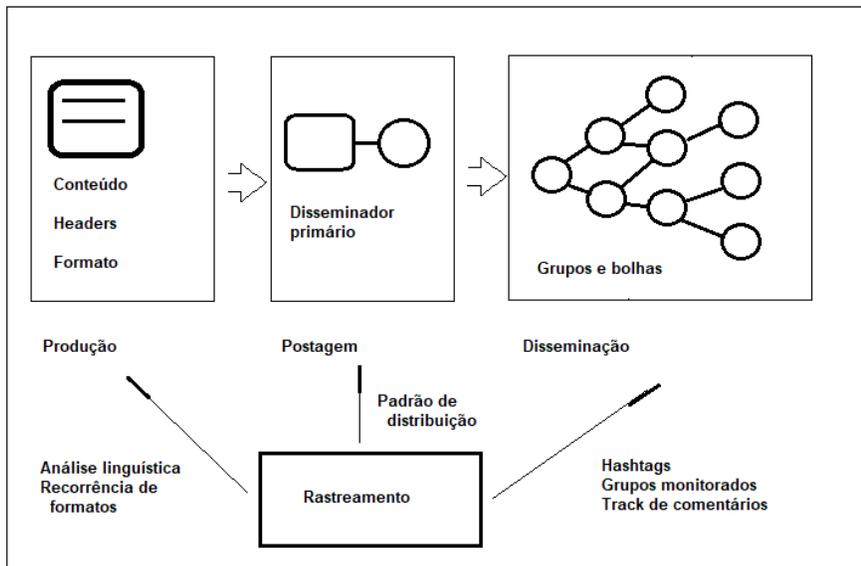


Figura 3 – Produção e disseminação de fake news

Fonte: elaboração própria

Também é viável o uso de emulações visuais ou sonoras decorrentes da aplicação de modelos de aprendizado generativo (deep fakes), com elevado grau de realismo. A comprovação da falsidade dessas imagens, vídeos e áudios é viável a programas de análise, mas é em geral inviável ao usuário comum.

O processo de seleção dos destinatários é particularmente importante nesse tipo de comunicação. A mensagem precisa alcançar o grupo de pessoas que, com elevada probabilidade, será receptivo a seus elementos emocionais.

Nos grandes processos de construção de narrativas, é recorrente a identificação de destinatários de acordo com suas preferências ou seu perfil psicométrico, para construir esses grupos ou bolhas. Isto é alcançado seja pelo rastreamento de certas características

desejáveis a partir de dados cadastrais (filiação partidária, associação a entidades, nível de renda, perfil de consumo, estrutura familiar, prontuário médico, hábitos de turismo e deslocamento), seja pela combinação de comportamentos na rede social que sirvam de indicadores, dentro de um grau de probabilidade, de determinadas características emocionais.

Em muitos casos, em que a agressão é iniciada por uma pessoa comum que, nas palavras da advogada Patrícia Peck Pinheiro, decide “fazer justiça com seu próprio mouse”, essas construções são intuitivas e de baixa eficácia. No entanto, o domínio da linguagem e das práticas de disseminação de mensagens vem crescendo e o número de pessoas que adquirem competência equivalente à de um influenciador digital profissional é, a cada dia, maior. Os episódios não devem ser minimizados e a possibilidade de viralização é um fantasma recorrente.

4. O ENFRENTAMENTO DAS FAKE NEWS

Um efeito da falta de uma lei é o de que as reações protetivas diante de um abuso sofrido se revelam custosas, onerando a vítima que empreende sua defesa ou a contraofensiva em um ambiente de silêncio regulamentar. Em certos casos, a tipificação apropriada do ilícito ou crime cometido é inviabilizada. Sem uma legislação definida a respeito de fake news, a defesa diante de uma agressão segue limitada e custosa,

Ademais, a velocidade de disseminação da mensagem na internet exige medidas de contenção imediatas. Nesse caso, o apelo, em âmbito privado, a procedimentos de moderação das plataformas tem sido o caminho mais eficaz. Porém, embora o MCI preveja a coleta e preservação de dados de acesso à plataforma e sua entrega à autoridade judiciária quando requerido (art. 15 do MCI), os dados de

certas transações no contexto da plataforma e de acesso a outras aplicações são preservados apenas se o procedimento for especificado nos termos de uso ou autorizada pelo usuário (art.16 do MCI e art. 7º da LGPD). Desse modo, o rastreamento posterior das operações realizadas por quem deu causa ao feito nem sempre é trivial, dificultando a investigação.

A tipificação recai por ora nas categorias já existentes no Código Penal, em especial aquelas relativas a induzimento (por exemplo, art. 122, CP), crime contra a honra (por exemplo, art. 138 a 141, CP), invasão de dispositivo ou furto de dados (por exemplo, art. 154-A e B, art. 155, CP), fraude (por exemplo, art. 171, CP), assédio (por exemplo, art. 216-A e B, CP) ou crime contra as eleições (por exemplo, art. 359-N, CP). Não há regra uniforme de agravamento decorrente da escala de propagação das mensagens e da sua contundência.

Mesmo ao remetermos aos direitos fundamentais da pessoa, os conflitos são inevitáveis, em especial entre privacidade, honra e imagem (art. 5º, X, XII, CF) e liberdade de expressão e o direito do público à informação (art. 5º, IV, IX, XIV, CF), dificultando desse modo a construção de uma linha de defesa.

Empresas, pessoas, comunidades ou entes públicos são seguidamente vítimas de fake news, pelos motivos mais variados: preconceito racial ou de cunho religioso, luta por propriedade de terras ou bens, obtenção de vantagens eleitorais, divergências ideológicas, competição desleal, coação ou vingança de clientes ou fornecedores insatisfeitos, reação de colaboradores desligados, tentativas de depreciação de valor patrimonial, conflitos envolvendo heranças ou contratos, brigas de casais, processos de separação, bullying de colegas de colégio ou faculdade, vingança de companheiros ou ex-companheiros, tentativas de coação ou extorsão e por aí vai.

O enfrentamento dessas situações é difícil e complexo, porque a fake news traz uma carga emocional importante. Desse modo, não é trivial convencer do seu erro alguém que já tenha aceitado como

veraz o conteúdo, especialmente se isto ocorrer no contexto de um fluxo de notícias que se confirmam umas às outras (LACROIX, 2023: 54).

O principal objetivo do enfrentamento deve ser sempre o de preservar a integridade emocional e a imagem pública da pessoa ou comunidade, o nome, os valores e a cultura corporativa da empresa ou a legitimidade e autoridade do ente público. As iniciativas devem manter o foco nesse objetivo, evitando traçar uma estratégia que priorize a exacerbação de um conflito, a vingança ou a destruição pura e simples de quem disseminou o conteúdo falso.

Passos iniciais da vítima tendem a priorizar usualmente a contenção de danos, inclusive em virtude da velocidade de propagação das fake news. Um conteúdo que viraliza ou se torna trending topic pode ser visto, copiado ou repassado centenas de milhares de vezes em um par de horas. Em diversos casos um conteúdo ofensivo criado em uma rede pode ser copiado ou reproduzido em outras, o que exige um rastreamento da sua disseminação e o requerimento de procedimento de moderação para sua retirada em todos os suportes identificados.

Ademais, uma retirada bem sucedida deve ser resiliente diante de recursos dos disseminadores contra a moderação, exigindo uma coleta de evidências objetivas que comprovem a falsidade da informação veiculada, mediante documentos ou testemunhos.

Para as empresas, é oportuno, ainda, responder a cada postagem e informar apropriadamente cada stakeholder envolvido, com respeito e objetividade. Nas palavras do advogado Miller Vieira dos Santos, “é necessário manter a transparência com seu público, clientes, etc.; logo, é necessário que a empresa rapidamente se pronuncie publicamente sobre a notícia veiculada”. Responder a todas as críticas, ressalta ainda o causídico, faz parte da vida de toda empresa, e tal procedimento deve, a rigor, ser uma prática permanente (SANTOS, 2020).

Investigar a origem da informação e os procedimentos para sua disseminação combina elementos exteriores à internet (Quem sabia do fato ou tinha elementos para emular sua veracidade? Quem possui capacidade para elaborar o conteúdo? Quem estaria interessado ou poderia auferir ganhos com sua disseminação?) com elementos inerentes à rede (Que contas foram usadas para disseminar o conteúdo? Qual o caminho percorrido a partir do primeiro remetente? Que mecanismos de seleção ou impulsionamento foram utilizados?). Tais ações são de difícil realização para o atingido. É importante contar com apoio qualificado que cubra as três áreas de especialização envolvidas: os procedimentos computacionais e de relacionamento com provedores, os efeitos de natureza jurídica e o gerenciamento de crise e de imagem. No caso de pessoas físicas, esse suporte é particularmente oneroso em vista de suas posses.

As disseminações em grande escala, com efeitos coletivos importantes, a exemplo do uso de fake news nas eleições, têm sido o principal estímulo à construção de marcos regulatórios que prevejam o tratamento desse tipo de postagem, ensejando um denso debate doutrinário (SALERNO, 2019; WALTERS, 2018). Tais regulamentações, de qualquer modo, beneficiam de algum modo as vítimas de outras modalidades de disseminação de fake news, pois sua discussão promove melhor conhecimento a respeito da construção e veiculação dessas mensagens, servindo de letramento aos usuários de redes sociais.

Uma abordagem apropriada requer, no entanto, a previsão em lei de procedimentos de qualificação da postagem, de sua fonte e de seu disseminador estabelecendo critérios a serem respeitados ex-ante pelas plataformas. No Projeto de Lei nº 2.630, de 2020, foram inseridos, ou estendidos por substitutivos e emendas propostos ao longo do debate da matéria na Câmara dos Deputados, procedimentos de prevenção e transparência, em especial a manutenção de um sistema de monitoramento e auditoria de algoritmos de ranqueamento

e impulsionamento, de práticas de rastreamento de comunicações maliciosas, moderação de conteúdos e verificação da sua eficácia, e a distinção entre veículos profissionais de notícias com práticas editoriais qualificadas e produtores individuais, com normas para a remuneração dos primeiros.

Mensagens de advertência, uma alternativa também em debate, são usadas com sucesso em outros contextos (por exemplo, na prevenção do consumo de tabaco e álcool), mas sua aplicação a fake news enfrenta dificuldades, pois o volume de postagens é elevado e crescente e, mesmo com os avanços na aplicação de programas de IA, a escalabilidade dos procedimentos de checagem não acompanha o crescimento da massa de mensagens transitando nas plataformas. A autoridade pública não tem capacidade pecuniária e operacional para conduzir esse tipo de monitoramento, ficando à mercê de serviços de âmbito privado.

A tendência legislativa, por ora, tem sido a de procurar um caminho gradual em que a criminalização de determinadas práticas delimitadas (por exemplo, no âmbito eleitoral, de maior visibilidade no momento) e o teste desses dispositivos aponte para sua eficácia e sua aceitação. Um exemplo foi o sancionamento da já citada Lei nº 13.834, de 4 de junho de 2019, que tipifica no Código Eleitoral o crime de denúncia caluniosa com finalidade eleitoral. Isto traz o temor de que o impasse no encaminhamento do Projeto de Lei nº 2.630, de 2020, venha a ser contornado com a aprovação de um texto diminuído, focado no problema eleitoral, sendo ainda insuficiente para os demais casos.

As dificuldades legislativas apontadas trazem ao debate a abordagem alternativa do letramento digital, voltado a educar e adestrar o público na identificação de postagens falsas ou maliciosas e em protocolos apropriados de aceitação e reprodução das mesmas.

Há várias razões pelas quais as pessoas tendem a acreditar em fake news ou a reproduzir postagens (LINS, 2022: 71-72;

PENNYCOOK e RAND: 2021: 389-394). A principal delas é a inércia. Estamos expostos continuamente a grandes volumes de informação, com propensão a repassar mensagens engraçadas, maldosas ou que tendam a confirmar alguma desconfiança, sem maior análise envolvendo critérios de plausibilidade, autenticidade, autoridade do produtor, menção a fontes fidedignas, qualidade do texto ou repercussão em outros veículos.

Motivação política é outro motor do repasse ou disseminação de fake news. Aspectos emocionais ou valorativos no conteúdo da postagem também servem de gancho para disparar reações no receptor e são suficientes para o repasse, em especial em grupos bem definidos, em que o suporte social à aceitação do conteúdo é relevante, reforçando a percepção de pertencimento ao grupo.

O letramento digital é voltado a elevar o espírito crítico do usuário da plataforma digital, a melhorar seu processo de interpretação das postagens e a dotá-lo de normas de comportamento que envolvam um nível de respeito aos demais. Para complementar iniciativas de letramento, algumas plataformas já oferecem ferramentas de apoio ao usuário na identificação de postagens falsas. Tais recursos tenderão a se tornar mais importantes na medida em que o uso de deep fakes se generalizar (GEENG *et al*, 2020).

Há que se observar, enfim, que as considerações a respeito do letramento digital e das orientações aos usuários estão condicionadas a um momento em que a exposição a esse material ainda é historicamente recente, remetendo às últimas duas décadas. É esperançoso imaginar que o ciclo natural de exposição contínua a postagens desse tipo, em lugar de exasperar sua eficácia, resulte em um esgotamento da atenção e no consequente anestesiamento e imunização do destinatário, limitando o repasse.

Porém, diante de uma situação em que o uso de fake news nos prejudica, estamos ainda a descoberto, devido à imaturidade da legislação, como já se discutiu nas seções anteriores. Uma vez realizadas

as ações preliminares já descritas (fundamentar a estratégia de defesa, limitar os danos, coletar elementos que evidenciam a falsidade das acusações, identificar a origem e o processo de disseminação), algumas abordagens práticas revelam-se factíveis.

Uma primeira abordagem prática é a prevenção, particularmente útil no caso de empresas comerciais. Trata-se de manter um procedimento estruturado e alinhado ao sistema de gestão, que proveja rastreamento dos procedimentos industriais e das práticas administrativas realizadas na empresa, de modo a dispor de informações no caso de provar a probidade da empresa ao confrontar um fluxo de fake news. Ademais, a adoção de normas e práticas de segurança para proteção de dados e prevenção de invasões a sistemas é complementar a essa precaução.

A identificação e correção de tentativas de golpes maliciosos em compras e outras operações on-line aplicados por terceiros a clientes e outros stakeholders também constitui prática preventiva. E a escuta das redes sociais que afetam o negócio, usualmente as de maior tráfego de dados, para identificar fluxos de mensagens falsas ou desfavoráveis que referenciem a empresa, seus produtos ou suas cadeias de valor é outra iniciativa de mérito.

Desse modo, há uma probabilidade de que posicionamentos prejudiciais sejam identificados antes de que sua propagação se torne irresistível, limitando os danos, e que suas causas sejam rapidamente corrigidas. Essas ações são agregadas, na linguagem do mundo corporativo, sob o rótulo da segurança cibernética.

Uma dificuldade crescente é a de que um fluxo de fake news tem sua construção e disseminação facilitada, atualmente, pela disponibilidade de aplicativos ou bibliotecas de rotinas prontos para levar a termo a tarefa. Técnicas que há alguns anos eram artesanais e tendiam a ser exploradas por hackers com certa competência técnica estão hoje encapsuladas em soluções prontas. Isto torna mais fácil a aplicação de golpes e tende a elevar o custo de prevenção.

Por outro lado, o desenvolvimento de aplicativos ou serviços que logram automatizar em parte o monitoramento de redes mediante o uso de recursos de IA vem reduzindo os custos associados a procedimentos de acompanhamento antes realizados por pessoas. Desse modo, os custos tendem a se manter em níveis administráveis. Essa automação fundamenta-se em quatro elementos rastreáveis: o formato da postagem, com uso de recursos como hashtags ou palavras-chave, o padrão de distribuição da postagem, inclusive com sua disseminação a partir de contas automatizadas ou em redes e grupos conhecidos e monitorados, o fluxo de comentários sobre a postagem, com construções gramaticais introdutórias de frases alusivas a possíveis dúvidas ou ilícitos e o próprio conteúdo da mensagem, com uso de imagens, frases inflamatórias ou referências à vítima (SHU *et al*, 2017; ZHOU e ZAFARANI, 2020).

A implantação de procedimentos de prevenção em muitos casos já é viável no bojo da contratação de serviços. Por exemplo, o armazenamento de dados e execução de aplicativos de atendimento on-line por data centers são contratados em associação a recursos de segurança e suporte técnico, em geral superiores aos que podem ser conduzidos in-house.

É importante, em qualquer caso, que a identificação de falhas e de tentativas maliciosas seja tratada com procedimentos que tragam um feedback às áreas ou pessoas responsáveis, para estabelecer um ciclo de melhoria contínua. A prevenção, em suma, deve ser cuidadosamente concebida e projetada, harmonizando-se com o sistema de gestão da empresa e com a cultura do seu quadro de colaboradores, gestores e stakeholders.

É tentador ir além do requerimento de retirada liminar das postagens, do esclarecimento do público e da defesa em juízo, encaminhando uma campanha sistematizada contra o agressor, pretendendo desmascará-lo, desqualificá-lo ou retirá-lo do mercado. Trata-se de um caminho arriscado. A boa prática é sempre a de se

manter aderente à honestidade, à transparência e a uma formação de imagem pessoal ou corporativa alinhada com princípios éticos e valores de boa governança.

Na reação às fake news, o caráter emocional das mensagens tende a dificultar igualmente a superação final do episódio. É preciso ter em mente que em alguns casos a intenção do agressor é efetivamente maliciosa, mas que em outros casos resulta de um engano ou de irresponsabilidade, mágoa ou algum desagrado decorrente das circunstâncias. Isto é particularmente importante na disseminação secundária da postagem.

Desse modo, a vítima deve estar preparada para enfrentar um encerramento do incidente, uma pacificação e, em casos de agressões pessoais, exercer o perdão ou o afastamento do episódio.

5. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pretendeu-se, com esta comunicação, discutir aspectos que têm sido pouco destacados no debate atual acerca de fake news, em decorrência da proeminência da discussão sobre seu uso nas eleições, na adesão a uma denominação político-partidária, a uma personagem pública ou na apologia a uma ideologia. Essa proeminência é compreensível, na medida em que o uso maciço de fake news nas campanhas tem efeitos nocivos importantes sobre a formação da agenda de debate público, a organização política do país e a legitimidade das suas instituições.

No entanto, o uso de fake news contra pessoas, comunidades, empresas ou entidades públicas é igualmente importante e merece ser examinado com cuidado. Seus efeitos agregados são ainda pouco estudados, mas os danos dramáticos à personalidade, à imagem e às finanças do prejudicado são evidenciados em diversos episódios, dando ensejo a um debate acerca da evolução desejável da legislação e dos dispositivos a que o prejudicado pode recorrer em sua defesa.

Além de discutir a importância do amadurecimento da legislação e do letramento digital, buscou-se compilar algumas práticas de defesa usuais, dando destaque às posturas preventivas associadas ao sistema de gestão do empreendimento, no caso de ataques sofridos por pessoas jurídicas.

A evolução contínua das comunicações, dos serviços de valor adicionado voltados ao tratamento de conteúdo, das plataformas digitais e do conhecimento acerca dos aspectos psicológicos e sociais do engajamento em movimentos coletivos tende a alongar o ciclo de aprendizado a respeito de fake news e outras formas de agressão. A tecnologia da informação pode evoluir no sentido de novas modalidades de atuação para bloquear a participação ou comprometer os benefícios de atividades de pessoas, comunidades, empresas e governo, por meio de disseminação de informações indesejáveis, fabricação de perfis, plantio de evidências inverídicas e silenciamento social da vítima. Infelizmente, a tecnologia pode ser usada para o bem e para o mal.

O debate sobre fake news, em suma, continua a ser um processo em andamento. Uma preocupação, em particular, é de que a aprovação de uma legislação de maior alcance não encontre espaço político neste momento e que se opte, na Câmara dos Deputados, por uma alternativa enxuta, atendendo apenas às necessidades de natureza eleitoral. Deixa-se, assim, a proteção às vítimas de ataques a pessoas, empresas, comunidades e entidades públicas ainda a descoberto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARON, David P. *Business and its Environment*. Upper Saddle River: Prentice Hall. 4^a ed. 2003.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. 1988.

BRASIL. Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940. Código Penal.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

BRASIL. Lei nº 13.834, de 4 de junho de 2019. Altera a Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 – Código Eleitoral, para tipificar o crime de denunciação caluniosa com finalidade eleitoral.

BRASIL. Lei nº 14.351, de 25 de maio de 2022. Institui o Programa Internet Brasil; e altera as Leis nºs 4.117, de 27 de agosto de 1962 (Código Brasileiro de Telecomunicações), 5.768, de 20 de dezembro de 1971, 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, 13.424, de 28 de março de 2017, e 14.172, de 10 de junho de 2021.

BRASIL. Congresso Nacional. Projeto de Lei nº 2.630, de 2020. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet.

DELLA PORTA, Donatella e Alice MATTONI. Social networking sites in pro-democracy and anti-austerity protests. In: TOTTIER, Daniel e Christian FUCHS, Social Media, Politics and the State. Nova York: Routledge, pp. 39-63. 2015.

GEELS, Frank W. e Caetano R. PENNA. Societal problems and industry reorientation: Elaborating the Dialectic Issue Life-Cycle (DILC) model and a case study of car safety in the USA (1900–1995). *Research Policy*, 44 (1): 67-82. Fev. 2015.

GEENG, Christine, Savanna YEE e Franziska ROESNER. Fake news on Facebook and Twitter: investigating how people (don't) investigate.

Artigo apresentado na Conference on Human Factors in Computing Systems. Honolulu, 2020.

INAYATULLAH, Sohail. Causal Layered Analysis — deepening the future. In: INAYATULLAH, Sohail (org.). Questioning the Future: methods and tools for organizational and societal transformation. Taiwan: Tamkang University Press, 2005.

LACROIX, Samuel. Comment discuter sans se disputer avec un complotiste? Philosophie Magazine, 169: 52-55. Mai. 2023.

LAZER, David M., Matthew A. BAUM, Yochai BENKLERr, Adam J. BERINSKY, Kelly M. GREENHILL, Filippo MENCZERr, Miriam J. METZGER, Brendan NYHAN, Gordon PENNYCOOK, David ROTHSCHILD, Michael SCHUDSON, Steven A. SLOMAN, Cass R. SUNSTEIN, Emily A. THORNSON, Duncan J. WATTSE Jonathan L. ZITTRAIN. The Science of fake news: addressing fake news requires a multidisciplinary effort. Science, 359 (6.380): 1094-1096. Março de 2018.

LINS, Bernardo E. Mídia digital e formação da preferência eleitoral. Comunicação & Sociedade 41 (1): 271-306. 2019.

LINS, Bernardo E. Fake News nas eleições: verdade e pós-verdade como valores. Agenda Brasileira 5: 48-83. Brasília: Câmara dos Deputados. 2022.

PENNYCOOK, Gordon e David G. RAND. The psychology of fake news. Trends in Cognitive Sciences, 25 (5): 388-402. Mai. 2021.

SALERNO, Marcello. Comunicazione digitale e democrazia: nuove frontiere del diritto costituzionale. Revista de Direitos Difusos, 72 (2): 43-67. Jul./dez. 2019.

SANTOS, Miller V. Impactos jurídicos de fake news para empresas e pessoas. Disponível em <https://mckadvogados.adv.br/impactos-juridicos-de-fake-news-para-empresas-e-pessoas/> Set. 2020.

SCHWAB, Klaus. The Fourth Industrial Revolution. Genebra: Fórum Econômico Mundial. 2016.

SHU, Kai, Amy SLIVA, Suhang WANG, Jiliang TANG e Huan LIU. Fake news detection on social media: a data mining perspective. ACM SIGKDD Explorations Newsletter, 19 (1): 22-36. Set. 2017.

WALTERS, Ryan M. How to tell a fake: fighting back against fake news on the front lines of social media. Texas Review of Law and Politics, 23 (1): 111-170. 2018.

WANG, Chih-Chien. Fake news and related concepts: definitions and recent research development. Contemporary Management Research, 16 (3): 145-174. 2020.

ZHOU, Xinyi e Reza ZAFARANI. A survey of fake news: fundamental theories, detection methods, and opportunities. ACM Computing Surveys, 53 (5): 1-40. Set. 2020.