

**XXXI CONGRESSO NACIONAL DO
CONPEDI BRASÍLIA - DF**

**DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS
III**

IRINEU FRANCISCO BARRETO JUNIOR

PAULO CAMPANHA SANTANA

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydée Dal Farra Naspolini - FMU - São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

D597

DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS III [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Irineu Francisco Barreto Junior, Paulo Campanha Santana – Florianópolis: CONPEDI, 2024.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-063-2

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Saúde: UM OLHAR A PARTIR DA INOVAÇÃO E DAS NOVAS TECNOLOGIAS

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Governança e novas tecnologias. XXX Congresso Nacional do CONPEDI Fortaleza - Ceará (3: 2024 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



XXXI CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI BRASÍLIA - DF

DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS III

Apresentação

O XXXI Congresso do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito CONPEDI foi realizado nos dias 27, 28 e 29 de novembro de 2024, em Brasília-DF, e elegeu o tema "Um Olhar a partir da inovação e das novas tecnologias" como eixo norteador dos seus trabalhos. Sob esse escopo, o presente congresso buscou explorar os impactos das inovações tecnológicas no sistema jurídico e nas práticas do Direito, discutindo como as ferramentas digitais estão transformando a pesquisa, a prática profissional e a formação acadêmica na área jurídica.

Saliente-se a enorme aderência entre a temática central do evento e a abordagem do GT Direito, Governança e Novas Tecnologias, um dos mais tradicionais do Conpedi e que, a cada ano, adquire maior centralidade no congresso e no cenário da pesquisa e pós graduação do país. Como de costume o evento propiciou a aproximação entre coordenadores, docentes e pesquisadores de diversos Programas de Pós-Graduação em Direito de todo o Brasil.

A presente edição do Conpedi, dessa forma, abordou o impacto da rápida evolução tecnológica na sociedade, destacando a inovação como essencial para o crescimento e a adaptação em diversos setores. Com foco nas oportunidades geradas por tecnologias como inteligência artificial e big data, especialmente no campo jurídico, o evento também examina os desafios éticos, regulatórios e de acesso que acompanham essas transformações..

Os artigos apresentados GT Direito, Governança e Novas Tecnologias refletem uma ampla diversidade temática que explora as interseções entre tecnologia, direito, ética e sociedade. Diversos artigos destacam o impacto da inteligência artificial (IA) e outras tecnologias emergentes no contexto jurídico, abordando desde a responsabilidade civil e desafios regulatórios até o uso de ferramentas como o ChatGPT na prática jurídica e na proteção de dados pessoais. Destacam-se ainda apresentações exploram os aspectos éticos e econômicos da tecnologia, como biopolítica, biocapitalismo e a monetização de dados pessoais, evidenciando os desafios para a privacidade, integridade corporativa e compliance.

A proteção de direitos fundamentais na era digital, incluindo privacidade, propriedade intelectual e combate à desinformação, também aparece como um tema recorrente. A governança tecnológica é abordada em múltiplas esferas, desde a aplicação de big data na conformidade com a LGPD, até o uso de tecnologia na arrecadação fiscal e no poder

judiciário, com análises institucionais e regulatórias. Em paralelo, pesquisadores analisam o impacto da tecnologia na educação, como a exclusão digital e os desafios para educadores, e a transformação de setores específicos, como a arbitragem desportiva e os ambientes clínicos.

Por fim, destacam-se reflexões sobre democracia digital e participação popular, bem como a valorização do trabalho humano e a relação entre ética algorítmica e integridade corporativa. Esses temas revelam uma preocupação transversal com a construção de uma sociedade tecnológica mais equitativa e ética, com foco na adaptação de instituições e na proteção de direitos em um contexto de acelerada transformação digital.

Os coordenadores responsáveis pelo Grupo de Trabalho cordialmente convidam os interessados a examinar integralmente os artigos em questão, confiantes de que a leitura será proveitosa. Encerramos esta apresentação expressando gratidão pela oportunidade de facilitar os diálogos entre pesquisadores de elevada competência.

Prof. Dr. Irineu Francisco Barreto Junior. Mestrado em Direito da Sociedade da Informação das Faculdades Metropolitanas Unidas - FMU-SP.

Prof. Dr. Paulo Campanha Santana. Mestrado em Direito das Relações Sociais e Trabalhistas do Centro Universitário do Distrito Federal (UDF)

ALGORITMOS E O COMÉRCIO DAS FAKE NEWS

ALGORITHMS AND THE FAKE NEWS TRADE

João Lucas Foglietto de Souza ¹
Anna Júlia Moreschi Valente ²
Fernando Rodrigues de Almeida ³

Resumo

O artigo investiga como os algoritmos, projetados para otimizar o engajamento do usuário de internet, podem inadvertidamente contribuir para a disseminação, e o que hoje já se tem por comércio, de fake news, dada a expressiva rentabilidade deste negócio. A partir desta identificação, o trabalho possui o objetivo de levantar e enfrentar questões éticas e sociais que envolvem a temática, em pesquisa exploratória. Sendo assim, o problema de pesquisa busca pensar possíveis medidas de mitigação de disseminação de fake news através dos algoritmos. Para o desenvolvimento da pesquisa, utiliza-se do método dedutivo, com procedimentos de revisão de referências teóricas e literatura, em fontes de pesquisa como doutrinas jurídicas, legislativas, filosóficas e tecnológicas. Por meio de análise da literatura existente e evidências empíricas aferidas em pesquisas acadêmicas, examina-se como os algoritmos são capazes de impulsionar a disseminação de notícias falsas, bem como o quão rentável tem se mostrado este movimento, o que acaba por gerar um novo mercado de consumo e produção, o mercado das fake news.

Palavras-chave: Fake news, Algoritmos, Comércio, Reflexos jurídicos, Questões éticas

Abstract/Resumen/Résumé

The article investigates how algorithms, designed to optimize internet user's engagement, can inadvertently contribute to the dissemination, and what is now seen as commerce, of fake news, given the significant profitability of this business. Based on this identification, the work aims to raise and address ethical and social issues surrounding the topic, in exploratory research. Therefore, the research problem seeks to think about possible measures to mitigate the spread of fake news through algorithms. To develop the research, the deductive method is used, with procedures for reviewing theoretical references and literature, in research sources

¹ Doutorando em Direito e Mestre em Ciências Jurídicas (UniCesumar). Especialista - Direito Civil Contemporâneo (UEM; Universidade de Coimbra), Direito Tributário (PUC/RS), Direito Digital/Compliance (Ibmec-SP). Professor - Graduação e Pós-Graduação. Advogado.

² Mestranda em Ciências Jurídicas (UENP). Especialista - Direito Civil e Processual Civil (IPE). Professora de Direito - Graduação e Pós-graduação; Coordenadora de Pós-Graduação (Faculdade Maringá). Assistente de Juiz (TJPR).

³ Doutor e Mestre em Direito. Professor permanente do Programa de Pós-Graduação (Mestrado e Doutorado) em Ciências Jurídicas (UniCesumar).

such as legal, legislative, philosophical and technological doctrines. Through analysis of existing literature and empirical evidence measured in academic research, we examine how algorithms are capable of driving the dissemination of fake news, as well as how profitable this movement has proven to be, which ends up generating a new market of consumption and production, the fake news market.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Fake news, Algorithms, Trade, Legal reflections, Ethical issues

INTRODUÇÃO

As *fake news*, ou notícias falsas em tradução livre, têm se tornado um desafio global, minando a confiança pública nas instituições e na mídia tradicional. O comércio das *fake news* tem sido facilitado, em grande parte, pela disseminação rápida e eficaz dessas informações por meio de plataformas digitais e redes sociais.

Diz-se comércio, pois há toda uma indústria voltada para a produção de notícias falsas que detenham estrutura gramatical e algorítmica capaz de viralizar e, conseqüentemente, rentabilizar lucros expressivos, quiçá incalculáveis.

Os algoritmos, em especial os de recomendação e de classificação de conteúdo, estão entre os principais responsáveis por trás desse fenômeno. Embora projetados com a intenção de melhorar a experiência do usuário, muitas vezes têm o efeito colateral de fortalecer o comércio de *fake news*.

A partir desta identificação, o trabalho possui o objetivo de levantar e enfrentar questões éticas e sociais que envolvem a temática em pesquisa exploratória. A partir das questões mencionadas, o problema de pesquisa busca pensar possíveis medidas de mitigação de disseminação de *fake news* através dos algoritmos.

Para embasar a análise, serão revisadas bibliografias, legislações pertinentes e dados relevantes sobre a contribuição dos algoritmos na disseminação das *fake news*. Além disso, serão percorridas questões éticas e sociais para a busca da sugestão de solução da problemática proposta.

Para o desenvolvimento da pesquisa, utiliza-se do método dedutivo, com procedimentos de revisão de referências teóricas e literatura, conectando saberes e conceitos difundidos. Quanto às fontes de pesquisa, a investigação se ampara nas lições de algumas doutrinas jurídicas, legislativas, filosóficas e tecnológicas.

Com base nas reflexões apresentadas neste artigo, espera-se contribuir para o debate sobre o comércio das *fake news*, na expectativa de que ele sirva, além de embasamento a outras pesquisas no entorno da temática posta, como direcionamento aos casos práticos e aos julgados que já começam a surgir, bem como de norte a eventuais e iminentes regulamentações legislativas afins.

1 CORRELAÇÃO ENTRE OS ALGORITMOS E AS *FAKE NEWS*

De introito, até por questão de contextualização, imperioso se faz traçar alguns conceitos, quais sejam, conceitos do que vêm a ser *fake news* e algoritmos. Respectivamente:

O termo *fake news* deveria ser compreendido como toda informação que, sendo de modo comprovável falsa, seja capaz de prejudicar terceiros e tenha sido forjada e/ou posta em circulação por negligência ou má-fé, neste caso, com vistas ao lucro fácil ou à manipulação política (Frias Filho, 2018, p. 43).

Prudente, o autor citado isola do conceito a mera expressão de pontos de vista falsos ou errôneos, assim como do entrelaço de visões extremadas. Cabe, também, discernir entre a divulgação ocasional de notícias falsas e sua emissão reiterada, sistemática, para aferir eventual configuração de má-fé (Frias Filho, 2018, p. 43).

Consoante se extrai da cautelosa conceituação acima exposta, para além do debate político, contexto em que a expressão *fake news* ganhou popularidade, já que de muito tempo ela existe, abarca em sua realização as hipóteses em que se almeja lucro com a notícia falseada, hipótese em que o trabalho se mergulha.

Na mesma toada, mas noutras palavras, Brian McNair conceitua *fake news*, em seu livro intitulado “Fake News: Falsehood, Fabrication and Fantasy in Journalism”, como sendo:

[...] um fenômeno comunicacional que se refere a histórias fabricadas, falsas ou enganosas que são apresentadas como notícias verdadeiras e factualmente precisas. O propósito da criação e disseminação de fake news é muitas vezes influenciar a opinião pública, promover agendas políticas, gerar cliques e receita publicitária, ou simplesmente confundir e desinformar o público (McNair, 2018).

A busca desenfreada por cliques e receita publicitária mencionada, é ponto que merece destaque, já que é, principalmente, sobre ele que se debruça nesta pesquisa.

Antes, porém, é imperioso trazer a definição de algoritmo, segundo conceito levantado e que será de suma importância para a compreensão da construção que se intenciona realizar. Tecnicamente:

Algoritmo é um procedimento computacional bem definido que toma algum valor ou conjunto de valores como entrada e produz algum valor ou conjunto de valores como saída. Um algoritmo é, portanto, uma sequência de passos computacionais que transforma a entrada na saída (Cormen *et al.*, 2009).

Os algoritmos têm como objetivo simplificar as tarefas executadas por uma máquina; eles exigem características específicas, como esforço, processamento e informações mais intrincadas, para implementar a automatização correspondente. Portanto, é possível afirmar que um “algoritmo representa a sequência de passos que delinea precisamente as ações a serem realizadas pelo computador, com o propósito de executar uma atividade ou solucionar um

problema” (Teixeira, 2019, p. 9). Isso se deve ao fato de que “o algoritmo consiste em um conjunto limitado de instruções, independentemente da magnitude dos números envolvidos” (Penrose, 1997, p. 37).

Os algoritmos funcionam com base num padrão de comportamento, portanto, devem seguir regras de linguagens de programação que os diferem do que uma pessoa costuma fazer (Ramirez Trejo, 2023, p. 37):

O que distingue um algoritmo executado em um computador de um algoritmo que você executa? Você poderia tolerar quando um algoritmo não é descrito com precisão, mas um computador não pode. Por exemplo, se você vai de carro para o trabalho, o seu algoritmo de ir de carro para o trabalho poderia dizer “se o tráfego estiver ruim, pegue uma rota alternativa”. Embora você saiba o que quer dizer “tráfego ruim”, um computador não sabe (Cormen, 2014, p. 1).

No contexto atual, especialmente correlacionado à inteligência artificial (IA), um algoritmo pode ser compreendido como uma sequência de instruções ou regras lógicas que orienta um sistema de IA na realização de tarefas específicas, como aprendizado de máquina, processamento de linguagem natural, visão computacional e tomada de decisões autônomas. Esses algoritmos são projetados para extrair informações e padrões dos dados, aprimorar o desempenho do sistema e permitir que a IA tome decisões ou realize ações com base em informações previamente processadas (Russell; Norvig, 2016).

Através dos algoritmos, associados à inteligência artificial, as máquinas, cada vez mais estão examinando nossos dados por conta própria, procurando por nossos hábitos e esperanças, medos e desejos. Com *machine learning* — o aprendizado automático de máquina —, domínio em franca expansão da inteligência artificial, o computador mergulha nos dados seguindo tão somente instruções básicas. “O algoritmo encontra padrões por si próprio e então, com o tempo, traça relações entre padrões e resultados. Em certo sentido, ele aprende” (O’Neil, 2021).

Correlacionando as duas temáticas, no contexto das *fake news*, um algoritmo pode ser definido como um conjunto de regras ou processos computacionais que pode ser utilizado para automatizar a disseminação de informações falsas ou enganosas. Esses algoritmos podem ser projetados para:

- a. Gerar conteúdo falso: algoritmos podem ser programados para criar automaticamente notícias ou informações falsas que parecem plausíveis;
- b. Disseminar conteúdo falso: algoritmos de automação de mídia social podem ser usados para amplificar a disseminação de *fake news*, compartilhando-as repetidamente em múltiplas contas ou grupos;

c. Segmentar audiências: algoritmos podem ser usados para identificar grupos específicos de pessoas suscetíveis a acreditar em notícias falsas e direcionar essas informações para eles;

d. Aumentar o engajamento: alguns algoritmos podem priorizar conteúdo sensacionalista e polarizador, incluindo *fake news*, com o objetivo de aumentar o engajamento do público.

É importante observar que a maioria dos algoritmos usados para disseminar *fake news* é projetada por indivíduos ou grupos com intenções enganosas e antiéticas. Esses resultados exploram as características dos algoritmos de recomendação e classificação de conteúdo das plataformas digitais para amplificar a disseminação de informações falsas.

O combate eficaz às *fake news* envolve a detecção e a mitigação desses algoritmos, bem como a promoção da alfabetização midiática e da verificação de fatos, consoante a seguir em maiores detalhes se passa a explicar.

2 OS ALGORITMOS DE RECOMENDAÇÃO E A ENGENHARIA DO ENGAJAMENTO

As plataformas de mídia social, como o Facebook e o Twitter, utilizam algoritmos de recomendação para sugerir conteúdo aos usuários com base em seus interesses e comportamentos anteriores. Esses algoritmos são frequentemente otimizados para maximizar o engajamento do usuário, medido em termos de cliques, visualizações, compartilhamentos e tempo gasto na plataforma. Como resultado, eles tendem a priorizar conteúdo que é sensacionalista, polarizador ou emocionalmente envolvente.

Pesquisas realizadas por Bakshy, Messing e Adamic (2015) demonstraram que as notícias falsas têm uma probabilidade maior de serem compartilhadas nas redes sociais do que notícias verdadeiras.

Segundo levantamento feito por veículos de comunicação, como a Folha de São Paulo, as páginas de Fake News têm maior participação dos usuários de redes sociais do que as de conteúdo jornalístico real. De 2017 a 2018, os veículos de comunicação tradicionais apresentaram queda de 17% em seu engajamento (interação), enquanto os propagadores de Fake News tiveram um aumento de 61% (Jesus; Soares, 2022, p. 52).

Isso ocorre porque as *fake news* muitas vezes são projetadas para apelar às emoções e crenças pessoais dos usuários, tornando-as altamente engajantes. Os algoritmos de

recomendação, portanto, promovem inconscientemente a disseminação dessas informações enganosas (Bakshy; Messing; Adamic, 2015).

No mesmo sentido, Zollman e Zenou (2018), pesquisando a mesma temática, demonstraram que os algoritmos de recomendação podem criar câmaras de eco, onde os usuários são expostos apenas a informações que confirmam suas crenças preexistentes. Isso amplia a disseminação de *fake news*, já que as pessoas tendem a acreditar em informações que confirmam suas opiniões e a ignorar aquelas que as desafiam.

Além das ciências da computação de última geração, anunciantes predatórios costumam trabalhar com intermediários que usam métodos muito mais grosseiros para atingir os interessados (O’Neil, 2021). A título de exemplo:

Em 2010, um anúncio efetivo exibia uma foto do presidente Obama com os dizeres “Obama Pede Que As Mães Voltem a Estudar: Termine o Seu Curso — Financiamento Disponível a Quem Se Qualificar”. O anúncio sugeria que o presidente havia assinado uma nova lei destinada a fazer mães voltarem a estudar. Isso era mentira. Mas se gerasse mais cliques, servia a seu propósito. Por trás dessa chamada enganosa, toda uma indústria suja estava trabalhando duro. Quando uma cliente clicava no anúncio, de acordo com uma investigação da ProPublica, recebia algumas perguntas, incluindo sua idade e número de telefone, e era imediatamente contatada por telefone por uma faculdade com fins lucrativos. Quem fazia a ligação não oferecia nenhuma informação sobre a nova lei do presidente Obama, porque ela nunca tinha existido. Ao invés disso, oferecia-lhe ajuda para tomar empréstimo para a matrícula (O’Neil, 2021).

A esse tipo de focalização ou direcionamento *online* dá-se o nome de “geração de *lead*”, cujo objetivo é criar uma lista de interessados que pode ser vendida — neste caso, às universidades com fins lucrativos. Segundo relato da ProPublica, entre 20 e 30% do orçamento de publicidade dessas faculdades vai para geração de *lead*. Para os *leads* mais promissores, as faculdades chegavam a pagar, à época, até 150 dólares cada um (O’Neil, 2021).

Uma geradora de leads, Neutron Interactive, de Salt Lake City, postou vagas de emprego falsas em websites como o Monster.com, bem como anúncios prometendo a ajudar as pessoas a conseguir cupons de alimentação e cobertura de saúde do Medicaid, de acordo com David Halperin, pesquisador de políticas públicas. Usando dos mesmos métodos de otimização, eles lançavam montes de anúncios diferentes, medindo sua efetividade para cada população (O’Neil, 2021).

O intuito desses anúncios era fazer com que os mais desesperados por trabalho fornecessem seus números de telefone. Em ligações de acompanhamento, aferiu-se que

somente cinco por cento das pessoas sinalizou interesse nos cursos universitários; não obstante, esses nomes eram *leads* valiosos (O'Neil, 2021).

Cada um podia valer até 85 dólares para as faculdades de fins lucrativos. E faziam tudo em seu poder para fazer com que aquele investimento valesse a pena. Dentro de cinco minutos depois da inscrição, disse um relatório do US Government Accountability Office, os futuros alunos podiam começar a receber ligações. Um destinatário recebeu mais de 180 chamadas num único mês (O'Neil, 2021).

Para além da exemplificação acima exposta, tem-se como situação mais latente na atualidade o fato de que aqueles que operam na esfera *online* buscam gerar lucro e estabelecer acordos com base na quantidade de seguidores e visualizações que conseguem obter. A partir disso, inicia-se uma busca incessante pelo aumento do número de visualizações, *likes* e seguidores a qualquer custo. Têm-se recorrido a estratégias que incluem, de maneira preocupante, a disseminação de *fake news*, devido ao resultado imediato que isso proporciona.

Desde que inauguraram as funcionalidades de *like share* (ou *retweet*), as redes sociais têm coletado informações pessoais e desenvolvido algoritmos destinados a aumentar as probabilidades de compartilhamento e disseminação viral de postagens. Isso muitas vezes resulta na promoção de conteúdo altamente emocional e carregado de ódio e raiva, tornando desafiante a moderação necessária para o bom funcionamento das instituições (Haidt, 2022).

Conforme a notícia falsa se propaga, os algoritmos interpretam-na como relevante e a redistribuem para um público mais amplo. Isso, por sua vez, gera um aumento nas visualizações e gradualmente resulta na conquista de mais seguidores. Assim, é criado um ciclo de retroalimentação que impulsiona o maléfico comércio das *fake news*.

3 ALGORITMOS DE CLASSIFICAÇÃO DE CONTEÚDO E *FAKE NEWS*

Seguindo na toada do tópico anterior, mas com características próprias, os algoritmos de classificação de conteúdo, empregados em mecanismos de busca e nas próprias plataformas de mídia social, também contribuem para o comércio de *fake news*. Eles determinam a relevância e a visibilidade do conteúdo com base em diversos fatores, incluindo palavras-chave, popularidade e engajamento.

Os algoritmos de classificação de conteúdo são ferramentas cruciais nas plataformas digitais, ajudando a organizar e apresentar o vasto volume de informações disponíveis na internet. Esses algoritmos avaliam diversos fatores para determinar a relevância e a visibilidade

de um conteúdo específico. Entre os critérios frequentemente considerados estão a popularidade, a interação do usuário, a data de publicação e o uso de palavras-chave.

Esses algoritmos também levam em conta a qualidade percebida do conteúdo, que pode ser subjetiva e é justamente isso que acaba por criar uma janela de oportunidade para as *fake news*, pois essas informações muitas vezes são projetadas para atrair a atenção e parecerem convincentes à primeira vista. Como resultado, as notícias falsas podem ser classificadas como conteúdo relevante e, assim, obtêm maior visibilidade nas plataformas.

Um estudo conduzido por Allcott e Gentzkow, no ano de 2017, revelou que as *fake news* têm maior probabilidade de alcançar os usuários nas redes sociais, uma vez que os algoritmos de classificação frequentemente promovem conteúdo que gera controvérsia e atenção. Isso resulta em uma exposição ampliada das *fake news*, expandindo seu impacto (Allcott; Gentzkow, 2017).

Noutro estudo seminal, este realizado por Vosoughi, Roy e Aral um ano após, em 2018, analisou-se a disseminação de notícias falsas no Twitter e foi descoberto que as *fake news* se espalham muito mais rapidamente do que notícias verdadeiras.

Os autores argumentam que as *fake news* têm uma vantagem na competição pela atenção dos algoritmos de classificação de conteúdo, pois muitas vezes geram mais interações, como compartilhamentos e comentários, devido ao seu caráter sensacionalista ou polêmico: “Notícias falsas se espalham seis vezes mais rápido do que notícias verdadeiras, provavelmente porque são mais surpreendentes e apelativas às emoções humanas” (Vosoughi; Roy; Aral, 2018).

Esse fenômeno cria de forma recorrente um ciclo vicioso em que as *fake news*, uma vez classificadas como relevantes, obtêm maior visibilidade, atraindo ainda mais atenção e interações, o que, por sua vez, reforça sua classificação positiva pelos algoritmos.

A disseminação de *fake news* por meio dos algoritmos de classificação de conteúdo apresenta uma série de desafios. Primeiramente, contribui para a desinformação em larga escala, prejudicando a tomada de decisões informadas por parte do público. Além disso, pode polarizar debates públicos e minar a confiança nas fontes tradicionais de informação.

A rapidez com que as *fake news* se espalham também sobrecarrega os esforços de verificação de fatos, tornando difícil para as organizações de notícias e verificadores independentes acompanhar e corrigir todas as informações falsas.

4 IMPLICAÇÕES ÉTICAS E SOCIAIS

O comércio de *fake news*, impulsionado pelos algoritmos, levanta questões éticas e sociais significativas. A disseminação de informações falsas pode ter consequências prejudiciais, como desinformação, polarização política e instabilidade social. Além disso, a confiança nas instituições e na mídia tradicional é erodida, minando a democracia.

O debate público hoje tem sido muito influenciado pelos negócios das empresas de tecnologia, como Facebook, Twitter, entre outros, que em troca de lucro fácil e rápido difundem, insequentemente, *fake news* capazes de manipular não só consumidores, mas também eleitores. A mudança radical experimentada na forma com que essas empresas passaram a produzir suas informações tem colocado em cheque, dentre outras coisas, a democracia.

Cathy O’Neil, teve essa exata percepção em seu livro “Algoritmos de destruição em massa, como o ‘big data’ aumenta a desigualdade e ameaça a democracia”. Neste livro, capítulo a capítulo, a autora demonstra através da apresentação de inúmeros exemplos já experimentados em contextos diversos, como os algoritmos estão, dia a dia, construindo o que ela chamou de “Arma de Destruição Matemática”, cujo sigla correspondente é “ADM” (O’Neil, 2021).

[...] As aplicações matemáticas fomentando a economia dos dados eram baseadas em escolhas feitas por seres humanos falíveis. Algumas dessas escolhas sem dúvida eram feitas com as melhores das intenções. Mesmo assim, muitos desses modelos programavam preconceitos, equívocos e vieses humanos nos sistemas de software que cada vez mais geriam nossas vidas. Criei um nome para esses modelos nocivos: Armas de Destruição Matemáticas, ou ADMs (O’Neil, 2021).

Dentre vários outros apontamentos, a autora coloca que sistemas estatísticos demandam retorno, ou *feedback* — algo que os diga quando saírem dos trilhos. Estatísticos se apropriam dos erros para treinar seus modelos e fazê-los mais inteligentes. Sem *feedback*, um mecanismo estatístico pode continuar fazendo análises ruins e danosas sem nunca aprender com seus erros (O’Neil, 2021).

Muitas ADMs comportam-se dessa forma, elas definem sua própria realidade e usam-na para justificar seus resultados. Esse tipo de modelo se autoperpetua e é altamente destrutivo, e muito comum (O’Neil, 2021).

As *fake news*, apoiadas nos algoritmos que as acompanham, possuem aptidão para gerar reflexos em toda a estrutura política e comercial – internacional, nacional, estadual e municipal –, e assim vêm se alastrando.

O que começou exclusivamente inserto no cenário político, dada a eficácia vislumbrada com a prática e a rentabilidade monetária que consigo carrega, hoje está incorporado em praticamente todas as searas da vida.

Quão menos instruída é a população e menor acesso ela tem aos veículos de comunicação, mais facilmente manobras, como a abordada, tendem a ser aplicadas e a devastar.

Nesse sentido, Cathy O’Neil (2021) destaca: “Outra característica comum das ADMs. Elas tendem a punir os pobres. Os privilegiados, veremos vez após outra, são processados mais pelas pessoas; as massas, pelas máquinas”.

5 MEDIDAS DE MITIGAÇÃO DO PAPEL DOS ALGORITMOS NA DISSEMINAÇÃO DE *FAKE NEWS*

Mitigar o papel dos algoritmos no fortalecimento do comércio de *fake news* é uma tarefa desafiadora, mas fundamental.

O crescente e exponencial aumento da relevância das *fake news* desencadeou uma corrida frenética de pesquisadores, escritores, legisladores e políticos em busca de estabelecer diretrizes e regulamentações para abordar e tentar frear esse fenômeno.

Apesar dos esforços louváveis já realizados até o momento, a resolução completa desse problema ainda parece estar distante. Alguns autores propõem a censura ou a restrição dos meios de comunicação e da imprensa, o que levanta preocupações quanto à possibilidade de violação da proibição de censura estabelecida no artigo 220, § 2º da Constituição (Brasil, 1988).

[...] mesmo diante dessas ponderações, é necessário considerar a hipótese de que, dadas a relevância que os instrumentos de comunicação social possuem na formação da opinião pública e a demasiada probabilidade de serem utilizados para manipular a própria população, os meios de comunicação devem, resguardados determinados limites, ser objeto de controle. Isso porque, por vezes, a indenização pecuniária e a mera retratação de informações inverídicas ou odiosas veiculadas em instrumentos de comunicação não se mostram suficientes a reparar, de forma efetiva, os prejuízos pessoais e sociais verificados nesses casos (Brega Filho; Francison; Souza, 2022, p. 18).

Apesar da sugestão de uma solução mais extrema, conforme mencionado anteriormente, outras alternativas também são discutidas. Uma abordagem possível envolve a regulamentação e supervisão rigorosa das plataformas digitais, com a imposição de diretrizes éticas e transparência na operação de algoritmos.

Alternativa de solução outra é a responsabilização civil por meio de compensações financeiras ou a exigência de retratações quando apropriado.

Da mesma forma, embora seja considerada como um último recurso, a responsabilização criminal dos responsáveis, dos canais de disseminação e dos propagadores das *fake news* é uma opção sugerida por alguns e criticada por outros:

Possível que a indignação causada pela manipulação de notícias acarrete a ideia de que é necessária a criminalização da divulgação de *fake news*. Contudo, a resposta oferecida pelo direito penal não se mostra adequada à situação. Isso porque criminalizar tal conduta apenas serviria à pacificação parcial do clamor social, mas, na realidade, não seria eficiente, tendo em conta os diversos problemas carcerários existentes e a própria atuação exacerbada do direito penal. Desse modo, tem-se que a atividade administrativa comprometida revela-se suficiente (Brega Filho; Franciscon; Souza, 2022, p. 19).

Uma alternativa adicional é a possibilidade de regulamentação administrativa das operações nos setores de tecnologia e comunicação:

[...] o controle dos meios de comunicação deve ser feito por meio da regulamentação da atividade informacional. Isso significa estabelecer diretrizes e parâmetros gerais para orientar os veículos de comunicação e a própria população – visando possibilitar que o povo auxilie nesse controle mediante rotineira fiscalização. Para tanto, imprescindível a previsão de premissas abstratas de atuação, com especificada descrição do órgão ou ente responsável pela vigilância e das condutas consideradas atentatórias aos direitos fundamentais. Saliente-se que a abstração das proposições garante a imparcialidade exigida aos mandamentos estatais (Brega Filho; Franciscon; Souza, 2022, p. 19).

Essa ação reguladora impede que empresas privadas, seguindo suas próprias iniciativas e orientações, definam de forma arbitrária o que constitui *fake news* e tomem medidas arbitrárias para combatê-las. As diretrizes individuais podem variar dependendo dos interesses específicos de cada entidade corporativa, o que destaca a necessidade de regulamentação. Nesse contexto, o poder público, atuando idealmente como uma entidade imparcial e em busca do interesse público, estabelece os critérios que os veículos de comunicação devem aderir (Brega Filho; Franciscon; Souza; 2022, p. 19).

Com o advento das TICs [tecnologias da informação e da comunicação], e principalmente com a internet e o desenvolvimento do governo eletrônico (e-Gov), surge a possibilidade de criação de novos institutos democráticos ou sua adaptação em face da democracia eletrônica, que deve ser compreendida em todas as suas dimensões tanto teleologicamente, como também observada a partir da emergência da internet e da participação direta do cidadão na política mediante o uso das novas tecnologias (Ramos Júnior; Rover, 2007, p. 287-288).

Além de promover uma maior transparência e permitir um maior controle público sobre as ações e órgãos governamentais, a internet representa uma verdadeira oportunidade para a participação democrática direta, acessível a todos que estão conectados à rede global de computadores. Um exemplo notável de iniciativa popular ativa na *internet* nos dias de hoje é o movimento conhecido como *sleeping giants* (Brega Filho; Franciscon; Souza, 2022, p. 21).

A função do *sleeping giants* é direcionar a atenção para empresas cujas marcas são divulgadas em locais que compartilham informações falsas, para que essas empresas, ao tomarem conhecimento, possam decidir se desejam continuar financiando a disseminação de conteúdo prejudicial e notícias manipuladas (Sleeping Giants Brasil, 2020).

Além das orientações técnicas discutidas anteriormente, há defensores da ideia de que a questão das *fake news* requer uma abordagem mais profunda, envolvendo a educação da população para desenvolver uma consciência cidadã e um pensamento crítico (Brega Filho; Franciscon; Souza, 2022, p. 22).

[...] o mais eficiente anteparo contra as *fake news* – a melhor barreira de proteção da veracidade – continua sendo a educação básica de qualidade, apta a estimular o discernimento na escolha das leituras e um saudável ceticismo na forma de absorvê-las (Frias Filho, 2018, p. 44).

Há quem entenda além, que não basta oferecer educação básica, é necessário fornecer uma base educacional sólida e também promover a alfabetização digital para capacitar as pessoas a identificar e descartar as informações falsas que circulam nos diversos meios de comunicação existentes atualmente (Brega Filho; Franciscon; Souza, 2022, p. 22).

A maioria da população não possui as habilidades necessárias para filtrar e avaliar as informações que recebem e compartilham, isso as torna vulneráveis às *fake news*, que distorcem a realidade e influenciam suas opiniões (Andreassa; Lippe, 2019, p. 258).

O direito à informação constitui condição basilar para o exercício da cidadania, pois, consoante já mencionado, é essencial para a efetiva participação popular. Por essa razão, as pessoas devem ser alfabetizadas, tanto no sentido básico ou escolar quanto no aspecto tecnológico, porque, apenas assim, com capacidade de identificar a veracidade de fatos e dados postos à sua disposição e de acessar os meios de atuação popular tradicionais e modernos, o ideal democrático pode ser concretizado (Brega Filho; Franciscon; Souza, 2022, p. 22).

A plenitude da cidadania só pode ser alcançada quando todas as pessoas têm acesso igualitário às novas tecnologias e às informações disponíveis na *internet*. Esse esforço visa

prevenir a exclusão social, econômica e científica daqueles que não têm a oportunidade de se conectar à rede global de computadores por conta própria (Brega Filho; Franciscon; Souza, 2022, p. 22).

É importante destacar que não estamos nos referindo àquelas pessoas que, tendo acesso a todas as informações e fatos disponíveis, escolhem manter opiniões sem fundamentos sólidos. Para essas pessoas, a ênfase deve estar na conscientização sobre a importância de verificar a credibilidade das fontes de informação (Brega Filho; Franciscon; Souza, 2022, p. 22) e, se necessário, na responsabilização por suas ações voluntárias que contribuam para a propagação de desinformação.

A promoção da educação midiática e da literacia digital pode ajudar os usuários a discernir informações falsas e a compreender o funcionamento dos algoritmos. O desenvolvimento de algoritmos de detecção de *fake news* mais avançados também é crucial, juntamente com a promoção da verificação de fatos e do jornalismo de qualidade.

Correlacionando as proposições acima, a ética desempenha um papel crucial na busca de soluções para o comércio das *fake news*. Como fenômeno amplamente reconhecido, as *fake news* representam uma ameaça à confiança na informação, à democracia e à sociedade como um todo. Para combater eficazmente esse problema, é fundamental abordá-lo sob uma perspectiva ética.

São maneiras pelas quais a ética pode integrar a solução:

a. Responsabilidade moral: a ética exige que os produtores de conteúdo e os disseminadores de informações sejam responsáveis por suas ações. Isso significa que eles devem se esforçar para divulgar apenas informações precisas e verificadas, em vez de espalhar intencionalmente informações falsas ou enganosas.

b. Transparência: a ética também exige transparência nas fontes de informação. Os veículos de mídia, *sites* de notícias e redes sociais devem ser transparentes sobre sua metodologia de verificação de fatos, fontes de financiamento e algoritmos de classificação de conteúdo.

c. Educação ética: promover a educação ética na sociedade é fundamental. Isso inclui ensinar as pessoas a avaliar criticamente as informações que encontram *online*, a reconhecer a desinformação e a importância de compartilhar informações responsáveis.

d. Ética nas plataformas digitais: as empresas de tecnologia devem adotar práticas éticas em relação à sua influência na disseminação de informações. Isso inclui a implementação de algoritmos que priorizem a veracidade sobre a viralidade e a moderação de conteúdo que viole as diretrizes éticas.

e. Responsabilidade legal e regulamentação ética: as leis e regulamentos que abordam a disseminação de *fake news* devem ser baseados em princípios éticos, equilibrando a liberdade de expressão com a responsabilidade pela propagação de informações prejudiciais.

f. Responsabilidade social: as empresas de mídia e tecnologia têm uma responsabilidade social ética em relação à qualidade e à integridade das informações que fornecem ao público. Isso inclui a promoção de padrões éticos em sua indústria.

Pontualmente, são passos importantes para a mitigação do papel dos algoritmos na disseminação das *fake news*:

a. Transparência dos algoritmos: as plataformas digitais devem ser mais transparentes sobre como seus algoritmos de classificação de conteúdo funcionam, permitindo que pesquisadores independentes os avaliem.

b. Verificação de fatos automatizada: desenvolver sistemas de verificação de fatos automatizados que possam identificar e sinalizar rapidamente *fake news*.

c. Educação midiática: promover a educação midiática para ajudar os usuários a discernir informações falsas e melhorar a literacia digital.

d. Colaboração entre plataformas: as empresas de tecnologia devem colaborar para compartilhar dados e melhores práticas na luta contra a disseminação de *fake news*.

e. Regulamentação e supervisão: considerar a regulamentação e supervisão adequadas das plataformas digitais para garantir que elas adotem medidas proativas na redução da disseminação de *fake news*.

f. Eticidade: correlacionando as proposições acima, a ética desempenha um papel central na solução para o comércio de *fake news*, promovendo a responsabilidade, a transparência, a educação e a responsabilidade social. A abordagem ética é essencial para proteger a integridade da informação e preservar a confiança nas fontes de notícias e na comunicação digital.

CONCLUSÃO

Os algoritmos desempenham um papel complexo na disseminação de *fake news*, uma vez que, embora otimizem o engajamento do usuário, também inadvertidamente contribuem para o comércio dessas informações enganosas.

Para enfrentar eficazmente esse desafio, é essencial que as plataformas digitais, os pesquisadores e os legisladores trabalhem em conjunto para desenvolver estratégias de mitigação que equilibrem o engajamento do usuário com a proteção contra a propagação de

fake news. Somente assim poderemos enfrentar de maneira eficaz o problema das *fake news* na era digital.

REFERÊNCIAS

- ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, 2017, 31(2), 211-236.
- ANDRESSA, João Victor Nardo; LIPPE, Pedro Rodrigues de Freitas. O acesso à informação como um dever do Estado: notas sobre a evolução dos direitos fundamentais e a sociedade da informação. Responsabilidade do Estado. **Anais do IX Simpósio Internacional de Análise Crítica do Direito**. Jacarezinho-PR: UENP, 2019. Disponível em: <<https://siacrid.com.br/repositorio/2019/responsabilidade-do-estado.pdf>>. Acesso em: 06 out. 2023.
- BAKSHY, E.; MESSING, S.; ADAMIC, L. A. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. **Science**, 2015, 348 (6239), 1130-1132.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 25 mar. 2023.
- BREGA FILHO, Vladimir; FRANCISCON, Gabriela Vidor; SOUZA, João Éder Furlan Ferreira de. Os prejuízos causados pela divulgação de “fake news” ao regime democrático. **Revista Argumenta Journal Law**, n. 36, 2022.
- CORMEN, T. H.; LEISERSON, C. E.; RIVEST, R. L.; STEIN, C. **Introduction to Algorithms**. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2009.
- CORMEN, Thomas H. **Desmistificando Algoritmos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- FRIAS FILHO, O. O que é falso sobre fake news. **Revista USP**, 2018, (116), 39-44. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i116p39-44>.
- HAIDT, J.. Why the Past 10 Years of American Life Have Been Uniquely Stupid. **The Atlantic**, 2022.
- JESUS, Geovana Martins; SOARES, Nathalia Maria. Fake News na pandemia da COVID-19. **Revista Eletrônica Anima Terra - ISSN 2526-1940**. Edição n. 15, 2022.
- McNAIR, Brian. **Fake News: Falsehood, Fabrication and Fantasy in Journalism**. Routledge, 2018.
- O'NEIL, Cathy. **Algoritmos de destruição em massa, como o big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia**. Editora Rua do Sabão, 2021.
- PENROSE, Roger. **A mente nova do rei: Computadores, Mentas e as Leis da Física**. Editora CAMPUS, Rio de Janeiro, 1997.
- RAMIREZ TREJO, Jordy Arcadio. **ACESSO À JUSTIÇA E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: ética, transparência e governança na produção e no uso de Inteligência Artificial no Poder Judiciário**. Dissertação (Mestrado Acadêmico Direito). Universidade Estadual do Norte do Paraná, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Ciências Jurídicas. Orientador Marcos César Botelho. Jacarezinho, 2023.

RAMOS JÚNIOR, Hélio Santiago; ROVER, Aires José. Democracia eletrônica na sociedade da informação. **Anais do Conpedi**. Belo Horizonte, 16, 2007.

RUSSELL, S. J.; NORVIG, P. **Artificial Intelligence: A Modern Approach**. Pearson. 2016.

SLEEPING GIANTS BRASIL. 20 ago. 2020. Twitter: @slpng_giants_pt. Disponível em: <https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1296470762870706179?s=19>. Acesso em: 06 de out. 2023.

TEXEIRA, Roani. **Introdução a Algoritmos**. Secretaria de Tecnologia Educacional Universidade Federal do Mato Grosso. Mato Grosso. 2019.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. **Science**, 2018, 359(6380), 1146-1151.

ZOLLMAN, F.; ZENOU, E. **The influence of algorithms on political discourse in social media**. Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 2018, 12(1), 365-374.