



FAKENEWS

Um problema mundial de confiança

WHTPPR

whitepaperdocs

sumário

O que são Fake News?

Pág. 03

Como chegamos até aqui?

Pág. 05

Uma sociedade dividida

Pág. 09

O papel das redes sociais

Pág. 15

Solução: Restabelecer
a confiança

Pág. 20

O mundo hiperconectado nos traz tantos desafios quanto transformações. Os novos meios de comunicação nos permitiram um crescente volume de produção de conteúdo e descentralização da informação, que hoje vem de inúmeras fontes além dos veículos tradicionais - organizações, instituições e pessoas.

No entanto, as novas dinâmicas de informação surgem acompanhadas de novas dinâmicas de desinformação. O conteúdo livre da apuração jornalística ou do compromisso com a verdade hoje se difunde com extrema facilidade e nós, enquanto sociedade, ainda não desenvolvemos mecanismos organizados de combate às chamadas fake news.

Neste cenário, a informação confiável tem grande valor. O nosso primeiro Whitepaper se dedica justamente ao combate da desinformação, trazendo luz ao tema das fake news e suas ramificações para que possamos, juntos, buscar maneiras para o reestabelecimento da confiança entre o público e a informação.

“

**Num mundo inundado de
informações irrelevantes,
clareza é poder. ”**

Yuval Noah Harari,
em seu livro *"21 lições para o Século 21"*

o que são **FAKE NEWS?**

FAKE NEWS são notícias falsas que alimentam campanhas de desinformação. Podem ser usadas para criar boatos e reforçar um pensamento, por meio de mentiras e da disseminação de ódio.

Dessa maneira, prejudicam-se pessoas comuns, celebridades, políticos e empresas. É isso o que acontece, por exemplo, durante períodos eleitorais, nos quais empresas especializadas criam boatos que são disseminados em grande escala na rede, alcançando milhões de usuários.

Veículos de nicho, que dão ares de veracidade às notícias, também são ferramenta frequente de disseminação de informações mentirosas ou imprecisas.





85%

DAS EMPRESAS ESTÃO PREOCUPADAS COM AS FAKE NEWS

Levantamento da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial mostra que a credibilidade do veículo é o principal fator de confiança nas notícias. (Aberje 2018).

**Fake News têm 70% mais
chance de viralizar que as
notícias verdadeiras.**

**Quando a notícia falsa é ligada à política, o
alastramento é três vezes mais rápido.**

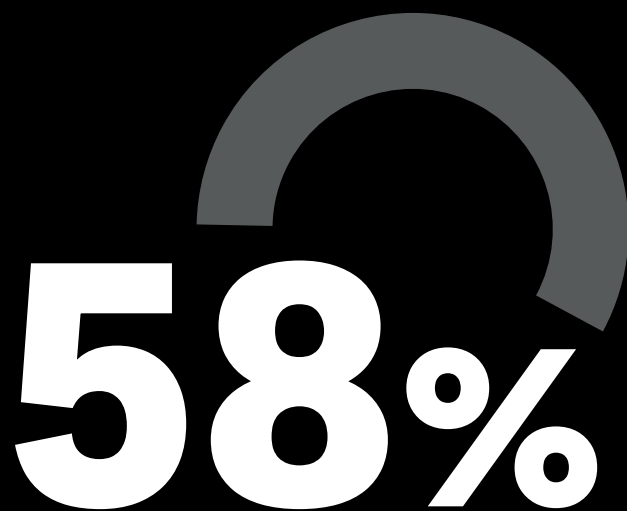
(Pesquisa do MIT publicada na revista Science)

COMO CHEGAMOS ATÉ AQUI?

"A partir da tecnologia e de novos níveis de comunicação, a sociedade contemporânea se organiza de forma mais descentralizada."

Moises Naim em "O fim do poder"

A era da informação trouxe a possibilidade de todos nós sermos agentes ativos na produção de informações jornalísticas.



dos brasileiros dizem gostar de iniciativas como Jornalismo Cidadão, Jornalismo Colaborativo, Jornalismo Democrático ou ainda Jornalismo Open Source (código fonte aberto), que representam a possibilidade de cidadãos comuns, sem formação jornalística, participarem do processo de construção e produção de notícias.

DADO: Barômetro da Confiança, Edelman Thompson, 2021

NOVAS DINÂMICAS DA INFORMAÇÃO E DA DESINFORMAÇÃO

Se por um lado a descentralização na produção de informações possibilita maior democratização das narrativas, por outro ela gerou a produção sistemática de conteúdo falacioso que contribui para a desinformação.



COMO CHEGAMOS ATÉ AQUI?

Nesse cenário, é importante entender os conceitos de escassez social e defasagem cultural.

ESCASSEZ SOCIAL

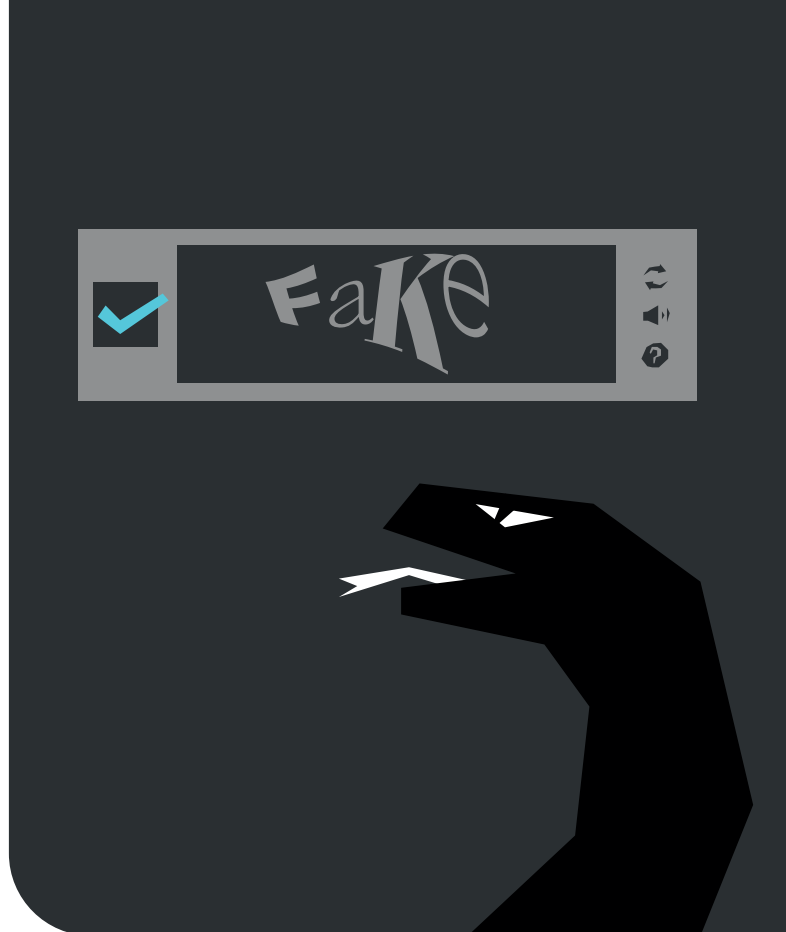
A escassez social não se refere à indisponibilidade de recursos, mas aos constrangimentos sociais que criam novas formas de escassez. É um problema de distribuição de habilidades, de determinados códigos culturais, de poder. É um problema de software social, não de hardware. Os problemas de distribuição de recursos são um de seus sintomas.

DEFASAGEM CULTURAL

Déficit de capacidade de participação intencionada no processo de construção do futuro coletivo. Tem entre as suas razões o desconhecimento dos códigos culturais que em dado tempo e dada sociedade constituem a principal matriz de referência para a construção do futuro coletivo.



Segundo pesquisa do MIT publicada na revista Science, robôs aceleram a disseminação de informações falsas e verdadeiras igualmente. As notícias falsas se espalham mais porque os humanos têm mais probabilidade de disseminá-las. E isso pode ser explicado pela defasagem cultural: a maioria das pessoas não entende a lógica de criação e difusão de fake news, e essas pessoas acabam servindo como multiplicadoras de notícias falsas.



É um momento de desconstrução de lideranças. Inúmeros presidentes chegaram ao poder nos últimos anos emergindo do cenário de desconstrução dos líderes do Século XX, uma onda mundial gerada por estratégias de desinformação e disseminação de ódio. Ao adotar um projeto de ataque ao sistema estabelecido, essas lideranças enfraquecem a confiança da população nas instituições – inclusive, e especialmente, a imprensa.

“PREFIRO REINAR NO INFERNO A SERVIR NO PARAÍSO”

Steve Bannon, estrategista do ex-presidente americano Donald Trump e guru da extrema-direita.

UMA SOCIEDADE DIVIDIDA

“Nos últimos anos, amigos romperam relações e parentes deixaram de se falar (...), o que domina todos os aspectos da vida cotidiana. Seja qual for o assunto, o debate é contaminado por uma lógica maniqueísta e intolerante: quem pensa de forma diferente é imediatamente identificado como um inimigo a excluir e abater.”

Luciano Trigo, autor do livro
“A guerra de narrativas”

O ano de 2022 é marcado pela crise decorrente de dois anos de pandemia e pela hiperpolarização. Notícias falsas e desinformação muitas vezes alimentam o ódio de um determinado grupo contra outro, com o objetivo de polarizar grupos sociais. Do ponto de vista de comportamento, a sociedade brasileira foi dividida e vive hoje em estado de conflito permanente.

CICLO DE QUEBRA DE CONFIANÇA AMEAÇA ESTABILIDADE SOCIAL

Governos e mídia alimentam o ciclo de divisão e desinformação por votos e cliques. ONGs e empresas são pressionadas a se responsabilizar por problemas sociais além de suas habilidades.

(Pesquisa Barômetro de
Confiança/Edelman 2022)

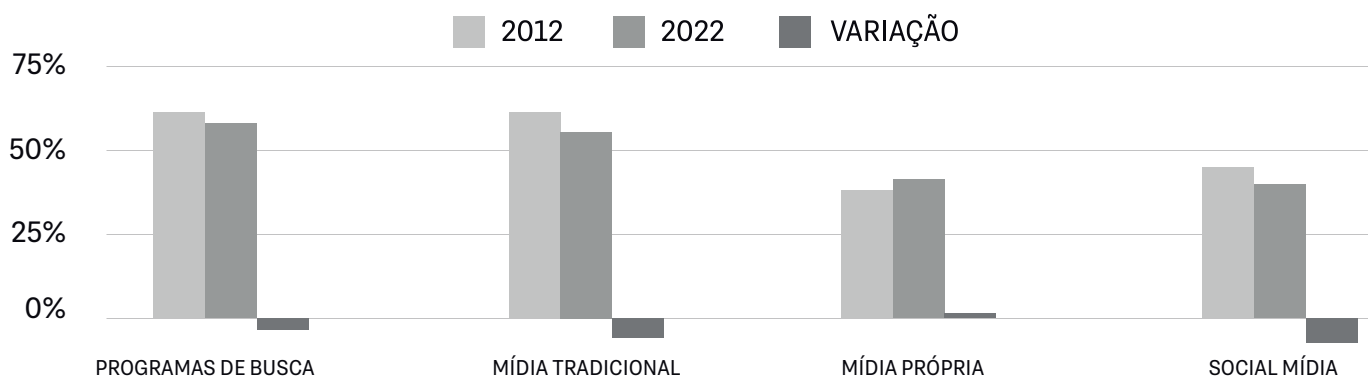
FAKE NEWS

SINTOMA MUNDIAL DA FALTA DE CONFIANÇA EM INSTITUIÇÕES

A pesquisa Barômetro de Confiança 2022, produzida pela Edelman, ouviu pessoas em 28 países e aponta para uma crise global de confiança nas instituições, especialmente governos e mídia.

GOVERNO E MÍDIA SÃO VISTOS COMO DIVISORES DE FORÇAS NA SOCIEDADE

Fontes de notícias falham ao tentar consertar seus problemas de confiança. Quando perguntadas o quanto confiam em cada tipo de fonte ao buscar por notícias ou informações, o percentual de confiança foi:



de 2012 para 2022:

Programas de busca: 59% (-3%)

Mídia tradicional: 57% (-5%)

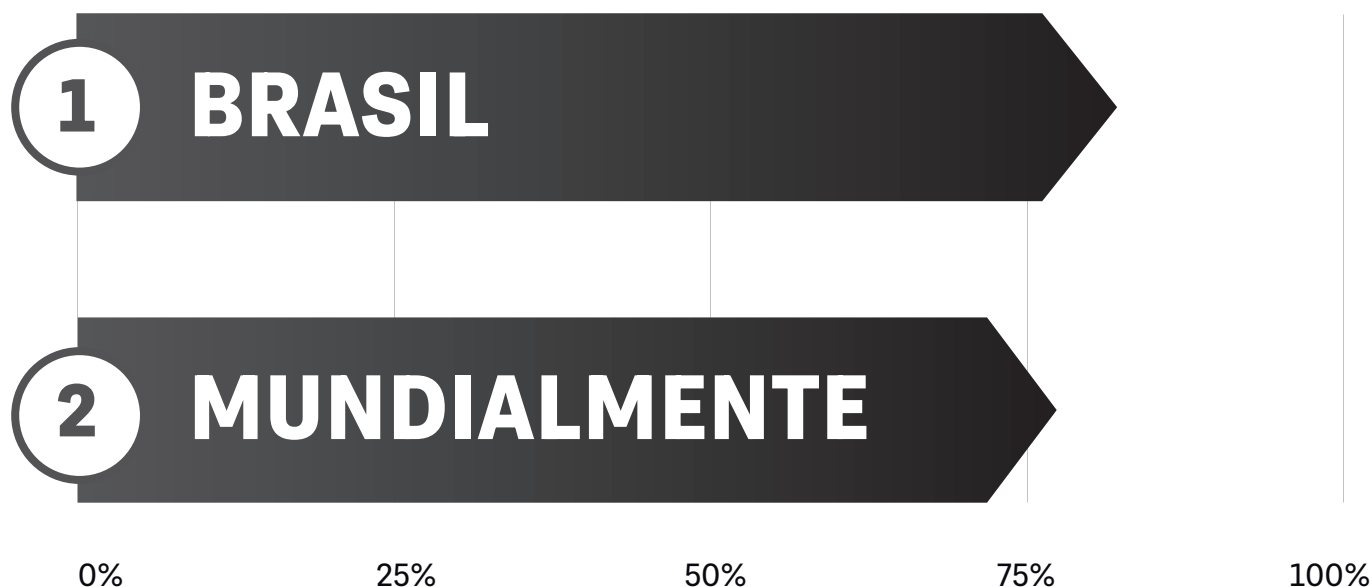
Mídia própria: 43% (+1%)

Social mídia: 37% (-8%)

SINTOMA MUNDIAL DA FALTA DE CONFIANÇA EM INSTITUIÇÕES

Cresce o percentual de pessoas que concordam com a afirmação:

“eu me preocupo com informação falsa ou fake news sendo usada como uma arma”

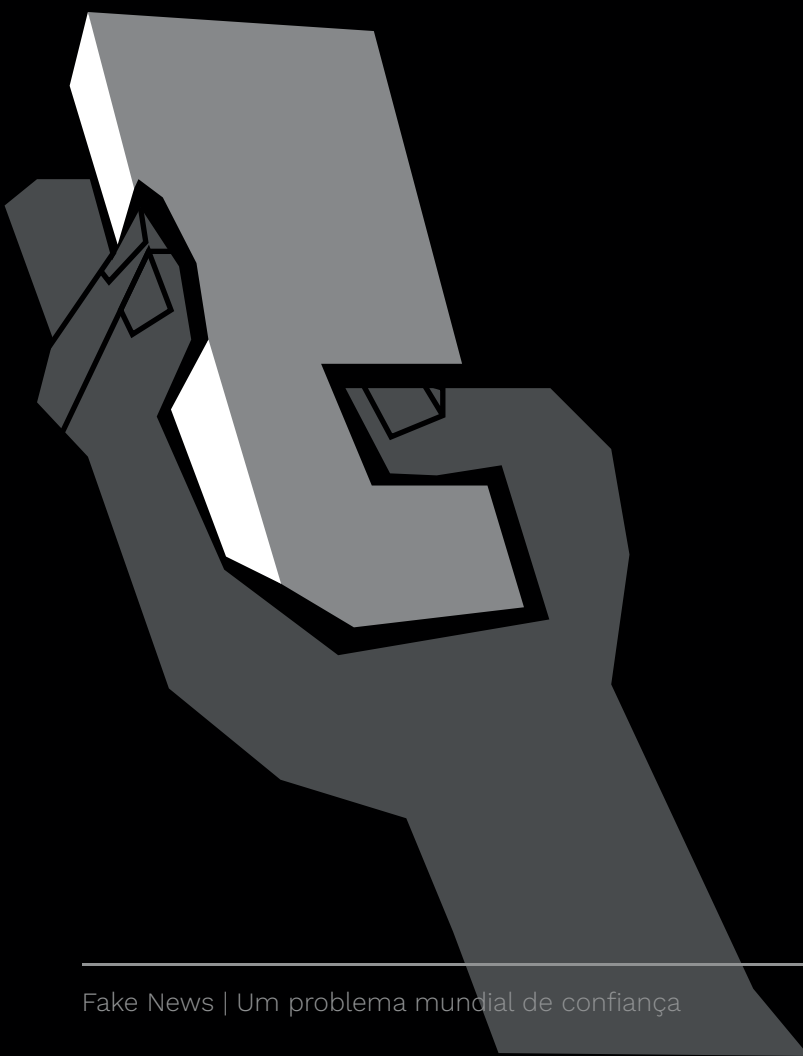


1 No Brasil, 81% das pessoas ouvidas concordam com a afirmação, um crescimento de 2 pontos percentuais de 2021 para 2022.

2 Globalmente, o percentual de pessoas preocupadas com o uso de fake news como uma arma foi de 76%, um crescimento de 4 pontos percentuais em um ano.

É baixo o índice de pessoas que acreditam que a mídia é capaz de **coordenar esforços interinstitucionais** para **resolver problemas sociais** (45%), assim como o número de pessoas que acreditam que a mídia pode executar com sucesso planos e **estratégias para gerar resultados** (48%).

Instituições estão falhando em abordar desafios existenciais. Maioria dos entrevistados (58%) falam que **a mídia não está lidando bem com a pandemia** e 66% acreditam que ela não apresenta soluções para mudanças climáticas.



FALHA DE LIDERANÇA TORNA A DESCONFIANÇA O PADRÃO

Cresce o número de pessoas que consideram governos, jornalistas e CEOs lideranças sociais não confiáveis.



Aumenta o percentual de pessoas preocupadas em estarem sendo enganadas por lideranças sociais:

67% DOS ENTREVISTADOS acreditam que jornalistas e repórteres estão propositalmente tentando enganar as pessoas, dizendo coisas que eles sabem que são falsas ou exageradas. O índice é 8 pontos percentuais maior do que o registrado na pesquisa anterior.

FALHA DE LIDERANÇA TORNA A DESCONFIANÇA O PADRÃO

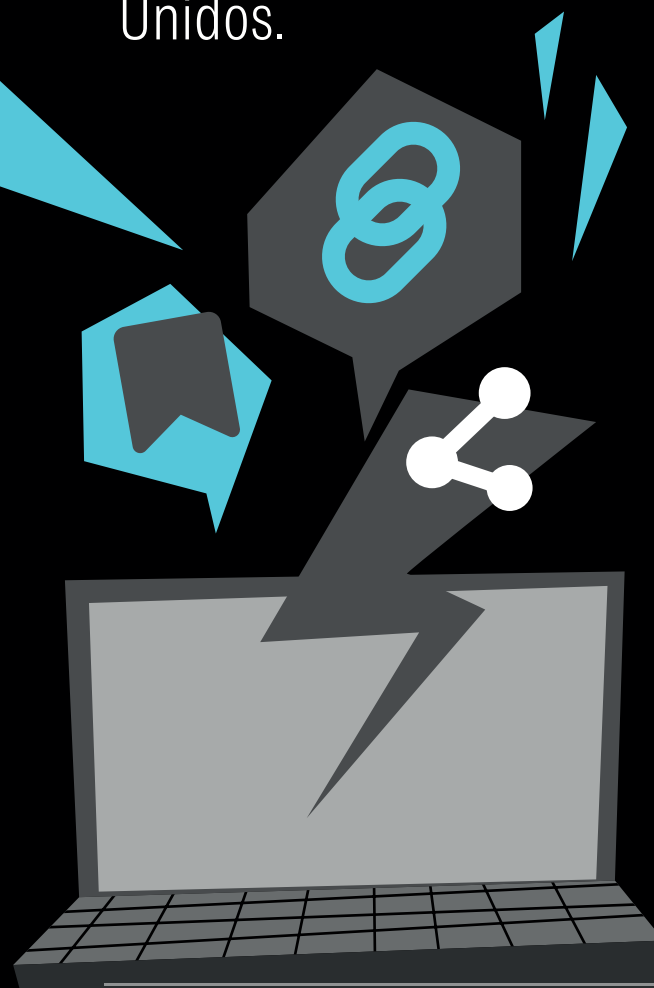
COLAPSO DA CONFIANÇA NAS DEMOCRACIAS

O percentual geral de confiança em ONGs, empresas, governos e mídia **tem apresentado queda** em algumas das principais democracias do mundo, como Holanda, Alemanha e Estados Unidos. No Brasil, **o índice se manteve estável** em 51% de 2021 para 2022 – um percentual considerado neutro pela pesquisa, porém bem próximo do índice de desconfiança (abaixo de 50%).

CONFIANÇA NA MÍDIA DECLINA EM 15 DE 27 PAÍSES

O PAPEL DAS REDES SOCIAIS

A disseminação de notícias falsas tem graves consequências, podendo até interferir no resultado de eleições, como há suspeitas de ter ocorrido nos Estados Unidos.



EL PAÍS

“Como a desinformação influenciou nas eleições presidenciais?”

O Facebook reconheceu que até 126 milhões de seus usuários foram expostos a publicações de uma empresa ligada ao Kremlin chamada Internet Research Agency durante as eleições presidenciais, o equivalente a um terço da população norte-americana.”

https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/internacional/1519484655_450950.html

O PAPEL DAS REDES SOCIAIS



Redes sociais como Facebook, Twitter e Youtube são cada vez mais cobradas por seu papel no combate às fake news. As críticas mais contundentes acusam as empresas de fazerem vista grossa para conteúdos que geram desinformação e disseminação de ódio pois esses tipos de postagens engajam mais os usuários.



No início de 2022, o Twitter foi alvo de denúncias por parte de usuários da plataforma através de uma avalanche de tweets com as hashtags #TwitterApoiaFakeNews, #TwitterOmisso e #TwitterCúmplice. Com milhares de menções à rede social, os questionamentos sobre a política da empresa de combate à desinformação a respeito da Covid-19 resultaram até mesmo na atuação do Ministério Público Federal.

O PAPEL DAS REDES SOCIAIS

A movimentação liderada por acadêmicos, jornalistas, pesquisadores e atores políticos se concentrou em três pontos:

1

A então ausência de uma ferramenta de denúncia de conteúdos desinformativos sobre a pandemia, já em funcionamento em países como os Estados Unidos e a Austrália;

2

A falta de transparência na política de verificação de usuários, após a plataforma conceder o selo azul à blogueira bolsonarista Barbara Destefani — citada no relatório final da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Pandemia dentre as contas que disseminaram fake news sobre a Covid-19;

3

A não remoção de tweets que contestam a eficácia das vacinas contra o novo coronavírus, inclusive publicados por contas verificadas.



Como resultado, após quase duas semanas do início da movimentação dos usuários, o Twitter adicionou a ferramenta para denúncias de fake news no Brasil — sejam elas sobre a Covid-19 ou qualquer outro tema. Segundo a empresa, desde o início dos testes em agosto de 2021 na Austrália, Estados Unidos e na Coreia do Sul, foram realizadas 3,73 milhões de denúncias referentes a 1,95 milhão de diferentes tuítes publicados em 64 mil contas diferentes e que *“menos de 10% da amostra de tuítes analisada pelas equipes correspondia a violações às políticas”*.

Aplicativos de mensagens privadas também são bastante propícios para a difusão de notícias falsas e estão na mira das autoridades neste ano eleitoral no Brasil. Nesse cenário, o WhatsApp é considerado uma ameaça. Segundo informações de O Globo, a empresa realiza testes internos para a derrubada dos limites hoje impostos na plataforma para a publicação de mensagens em grupos (que, atualmente, é limitado a 256 pessoas). A possibilidade de uma maior disseminação de informações falsas preocupa especialistas e também a Justiça Eleitoral, principalmente com a aproximação das eleições presidenciais.



O PAPEL DAS REDES SOCIAIS

E em 2022, uma nova plataforma se tornou o centro das discussões sobre o combate à desinformação: o Telegram, app de mensagens que permite a criação de canais sem limite de pessoas e grupos de até 200 mil usuários.

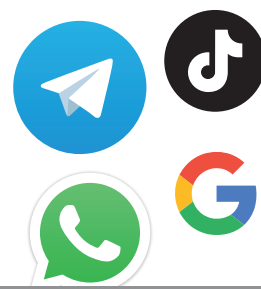
ECONÔMICO
Valor



Ainda segundo informações do Jornal Valor e O Globo, o TSE estudou banir o programa como forma de reduzir o terreno fértil para disseminação de fake news no Brasil. A Corte considerou determinar a remoção do Telegram das lojas de aplicativos ou, mais incisivamente, interromper o funcionamento da plataforma em todo o território nacional.

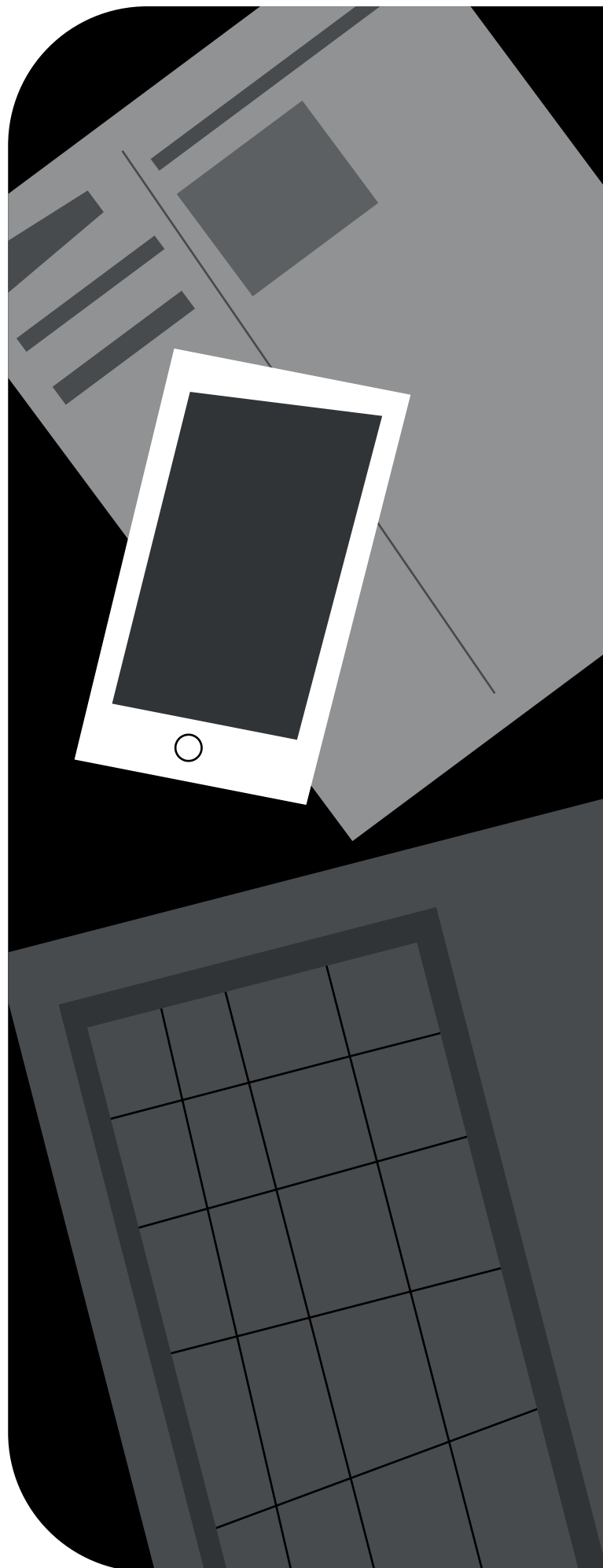
Enquanto em 2018 o aplicativo estava presente em 15% dos telefones do Brasil, em agosto de 2021 o índice chegou a 53% — e, por não possuir representantes no País, a empresa ficava fora do alcance da Justiça. O Supremo Tribunal Federal chegou a determinar o bloqueio do Telegram no Brasil por descumprimento a ações judiciais, mas o aplicativo atendeu as determinações do STF, como a designação de um representante da empresa no País, e anunciou uma lista de sete medidas contra a disseminação de fake news. Uma delas é a cooperação com a Justiça

O Telegram também foi convidado a fazer parte do Programa de Enfrentamento à Desinformação do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Plataformas como Facebook, Google, WhatsApp e TikTok já integram o programa.



SOLUÇÃO: RESTABELECER A CONFIANÇA

A sociedade civil organizada vem testando diferentes formas de ação e enfrentamento dessa nova realidade. Um exemplo são as agências de checagem, que seguem um código internacional de princípios e condutas na apuração que ajuda a sociedade a identificar se um conteúdo é verdadeiro, falso, impreciso ou exagerado. Mais recentemente, iniciativas como o Sleeping Giants se mostram bastante eficazes ao desmonetizar canais que propagam notícias falsas na internet. O grupo alerta empresas a retirar publicidades de páginas que disseminam desinformação ou ofensas, promovendo pressão popular para que grandes marcas desassociem sua imagem de determinados canais do Youtube.



SOLUÇÃO: RESTABELECER A CONFIANÇA

Quebrando o ciclo da desconfiança

Já o caminho apontado pela pesquisa Barômetro da Confiança 2022 é que ONGs e empresas devem agir como forças estabilizadoras. Grande parte dos entrevistados afirma que empresas devem se engajar mais em questões sociais relativas a informações confiáveis.

42% acham que empresas não estão fazendo o suficiente.

ONGs e empresas são vistas como competentes e eficazes agentes de mudanças positivas.

Pontuação (resultado líquido):

Agente altamente efetivo de mudança positiva: ONGs (30 pontos) e empresas (29 pontos)

Agente completamente inefetivo de mudança positiva: mídia (9 pontos)



SOLUÇÃO: RESTABELECE A CONFIANÇA

A OPINIÃO DOS ENTREVISTADOS SOBRE A MÍDIA É:

- Não tem a visão de futuro na qual eu acredito (-5 pontos)
- Serve aos interesses somente de certos grupos de pessoas (-12 pontos)

A PESQUISA BARÔMETRO DE CONFIANÇA 2022 APONTA QUE QUANDO PESSOAS DE BAIXA RENDA SÃO BEM INFORMADAS, ELAS CONFIAM MAIS DO QUE PESSOAS DE ALTA RENDA QUE NÃO SÃO BEM INFORMADAS. FORAM CONSIDERADAS PESSOAS BEM INFORMADAS AS QUE REGULARMENTE:

- Seguem noticiários
- Consultam 3 ou mais fontes de notícias diariamente
- Leem notícias sobre negócios ou políticas públicas
- Buscam informações de qualidade
- Consultam fontes de notícias com as quais não concordam
- Checam informações com múltiplas fontes

Informação de qualidade é o mais poderoso construtor de confiança entre as instituições. Na mídia, o potencial de ganho de confiança associado a informação de qualidade é de 6,6%.

RESTAURAR A CONFIANÇA É A CHAVE PARA A ESTABILIDADE SOCIAL

- A pesquisa Barômetro de Confiança 2022 conclui que o papel do empresariado na sociedade veio para ficar. As pessoas querem mais lideranças empresariais, não menos.
- É preciso demonstrar progresso tangível para restaurar a crença na capacidade de a sociedade construir um futuro melhor e mostrar que o sistema funciona.
- Lideranças devem focar em pensamentos de longo prazo. Soluções em vez de divisão; pensamentos de longo prazo em vez de ganhos de curto prazo.
- Toda instituição deve prover informação confiável. Informação clara, consistente e baseada em fatos é condição crítica para quebrar o ciclo de desconfiança.

WHTPPR

whitepaperdocs