

Quando os algoritmos falham e o combate ao Fakenews causa outros danos

A maior rede social do mundo enfrenta grandes problemas diante do vazamento de dados de 50 milhões de perfis a partir de aplicativo instalado em mais de 250 mil destes, que serviram de insumo para análises pela Cambridge Analítica, de uso na campanha eleitoral norte-americana para direcionamento de propaganda.

Em tempos de novo regulamento de proteção de dados pessoais aprovado na União Europeia e enrijecimento da proteção aos dados dos norte-americanos (Já se discute o *Honest Ads Act*, proposta que obriga empresas de tecnologia a revelarem compradores de publicidade que sejam políticos) o descrédito e a queda do valor das ações estão fazendo Facebook tomar medidas drásticas, sobretudo com vistas às eleições do Brasil e México.

Assim, o que já ocorre em outros países pode ocorrer aqui também, por meio da técnica de fact-checking, ou seja, a partir de um link que o usuário pretende postar, o Facebook utilizará parceiros para avaliar a notícia e motivar o usuário a repensar antes de postar, além de estratégias convencionais, como reduzir alcance de páginas que costumam divulgar informações falsas.

Porém só isso não adianta, pois sabe-se que um bot irá aprender a postar a notícia falsa a despeito do aviso de que algo “não é bem assim”. Por isso a rede está testando o aprendizado de máquina, de forma a detectar páginas e conteúdos enganosos e poderá até mesmo remover automaticamente os mesmos.

Recentemente identifiquei que rede já está “taggeando

imagens”, ou seja, a partir de inteligência artificial e algoritmos, consegue identificar o contexto das imagens postadas, certamente para detectar conteúdos abusivos e fakes também em formato visual. Na minha imagem que postei, o Facebook até detectou que eu estava de “terno”.

```

```

Sabe-se que as vítimas de fakes podem recorrer ao Judiciário, por meio de um advogado em direito digital, em busca da exclusão do conteúdo, como recentemente ocorrido no caso da vereadora Marielle, onde um processo no Rio de Janeiro indaga o Facebook se o MBL pagou para impulsionar FakeNews, havendo risco de multa suspensão e bloqueio no Brasil, caso descumpra a ordem.

Na ânsia de frear o FakeNews, a rede corre um outro risco, o de ser responsabilizada por interferir no conteúdo, rotular indevidamente e excluir perfis que não espalhavam desinformações, além de gerar “bolhas de opiniões” ou “caixas de ressonância”, priorizando a usuários conteúdos que os mesmos possuem afinidade, ainda que proveniente de fontes duvidosas. Algoritmos falham ou podem ser usados para criar estados artificiais, fazer deduções equivocadas ou mesmo influenciar decisões. Não se sabe, até hoje, como o Facebook trabalha os seus códigos neste sentido.

Recentemente, até mesmo alguns novos chatbots foram bloqueados, diante das medidas anunciadas pela empresa para aprimorar a privacidade, englobando o seu Messenger.

Neste contexto, pessoas e empresas prejudicadas e que tiveram páginas excluídas podem recorrer ao Judiciário e processar a rede para manterem seus conteúdos no ar, ilegitimamente excluídos por erros, má intenções ou manipulações de códigos e algoritmos.

Não demais destacar, no entanto, a questão da onda de Fakenews

e da violação a privacidade também pode ser evitada ou minimizada pela ação de usuários. De nada adianta as ações propostas como o Fatima (*chat bot que esclarece usuários sobre fakenews*) se estes continuam trocando sua privacidade por inutilitários que os mostram mais velhos, parecidos com algum artista ou mesmo no sexo oposto. Ao aceitar estes Apps, muitos usuários não vêem, mas estão concedendo acesso para que o token usado no App permita a coleta de informações e alimente o mercado de Fakenews, com nítida interferência no debate e no contraditório, que deveria ser o natural nas redes sociais, ameaçando a própria Democracia.

Medidas sérias para provedores negligentes, lei de proteção de dados pessoais e educação digital, além de incentivo a aplicações ofereçam meios para o usuário detectar uma notícia aparentemente falsa. Não existem segredos para minimizarmos a onda de exposição indevida de dados e combate às notícias fraudulentas.

Ao leitores e usuários do Facebook, recomendo uma extensão do Firefox, chamada Facebook Container (<https://addons.mozilla.org/en-US/firefox/addon/facebook-container/>), que acaba de ser lançada e assegura maior privacidade ao usuário de Internet, impedindo o compartilhamento de informações de outros sites com a rede social. Acaba assim com a publicidade segmentada e direcionada com base no que o usuário pesquisou ou acessou, atuando sobre os cookies do computador.

José Antonio Milagre é Advogado especializado em Direito Digital, Mestre e Doutorando em Ciência da Informação pela UNESP e pesquisador do Núcleo de Estudos em Web Semântica e Dados Abertos da Universidade de São Paulo.