

E AGORA, BRASIL?

Empresas de tecnologia alegam combater a desinformação. TSE e Congresso buscam legislação ideal no ambiente digital

Plataformas tentam conter o problema

As plataformas têm agido para enfrentar a desinformação, um dos problemas mais graves das redes sociais. No Twitter, por exemplo, centenas de contas robôs foram identificadas nas eleições de 2018 atuando para colocar candidatos no centro da discussão por meio da difamação e exaltação de um ou outro político. A plataforma afirma que garante regras para endereçar tentativas de manipulação do debate na plataforma, seja via spam ou contas falsas.

“Essas regras determinam que não é permitido usar os serviços do Twitter com o intuito de amplificar ou suprimir informações artificialmente nem de se envolver em comportamento que manipule ou prejudique a experiência das pessoas na plataforma. Temos sido cada vez mais proativos em identificar esses comportamentos e agido, muitas vezes, antes que contas como essas façam seu primeiro tweet”, informou a plataforma ao **Correio**.

Já a Meta, conglomerado que gerencia o Facebook e o

Instagram, destaca, dentre as medidas de combate à desinformação, o programa de verificação de fatos com parceiros independentes, lançado no país em 2018. Além da estratégia, a empresa criou, ainda, o rótulo de “Propaganda Eleitoral” no Brasil. “Qualquer pessoa ou organização que queira fazer propaganda política ou eleitoral precisa passar por um processo de autorização, confirmando sua identidade e residência no país. Como resultado, só no primeiro turno das eleições de 2020, rejeitamos 250 mil conteúdos impulsionados que não continham o rótulo”, esclarece a empresa, em nota.

Disparos em massa

O conglomerado de Mark Zuckerberg diz, ainda, que realizou investimentos significativos na área. “Avançamos bloqueando contas falsas, limitando a disseminação de desinformação, trazendo transparência a anúncios políticos e facilitando o acesso dos eleitores a informações confiáveis. Desde 2018, trabalhamos em

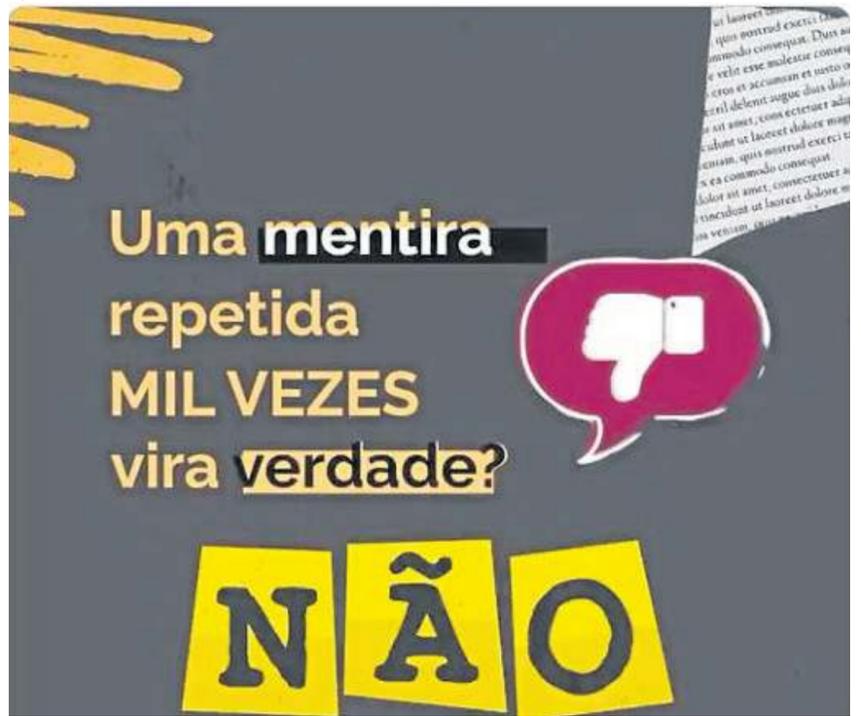
colaboração com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e em 2022, não será diferente”, afirma a Meta.

O WhatsApp também assegurou que em 2022 seguirá como parceiro do Tribunal Superior Eleitoral no combate às notícias falsas e na busca por garantir a integridade do processo eleitoral. Nas eleições de 2018, empresas de disparo em massa de mensagens feriram as diretrizes da plataforma em benefício de candidatos às eleições.

A respeito do combate a essas práticas para 2022, o WhatsApp informa que está “constantemente ampliando esforços para combater o envio de mensagens em massa e a criação de contas ou grupos de maneira automatizada”. Em nota, a empresa esclarece que pelo menos seis empresas que tiveram ações ajuizadas no Brasil por oferecerem serviços de disparos em massa.

“Em dezembro de 2019, após sugestão apresentada pelo WhatsApp, o TSE aprovou regulamentação proibindo o disparo de mensagens em massa por meio eletrônico nas eleições

Reprodução/Twitter



Campanha do STF contra as fake news: esforço em divulgar informação de credibilidade

municipais de 2020. Ainda nesse tema, o WhatsApp tem atuado judicialmente contra empresas de serviços que oferecem estes serviços. Em todos os casos judiciais há decisões favoráveis ao WhatsApp, que determinam a interrupção do oferecimento desses serviços ilícitos”, afirma a empresa.

Já a rede social TikTok se define como “um espaço para entretenimento, conexão e expressão”,

portanto não acredita ser o central na busca por informações políticas. Mesmo assim, destaca que age continuamente para combater a desinformação eleitoral.

“As eleições são momentos cruciais para um país e os desafios neste espaço são complexos e em constante evolução. Reconhecemos a importância de enfrentar esses desafios e faremos o nosso melhor para manter o TikTok um lugar seguro e acolhedor,

livre de desinformação eleitoral”, destaca porta-voz do TikTok.

Dentre as redes contatadas pela reportagem, apenas o Facebook e o Instagram permitem o uso de propaganda eleitoral paga, desde que mediante a utilização do rótulo mencionado e de acordo com as Diretrizes da plataforma. A propaganda política paga no Twitter é proibida em todo o mundo desde 2019. O TikTok também afirma não aceitar anúncios políticos pagos. (TM)

Regras para a corrida eleitoral

No último dia 14, o TSE aprovou uma resolução que estabelece regras para a propaganda de candidatos, partidos, federações e coligações no rádio, televisão, internet, imprensa e, ainda, condutas ilícitas nas Eleições 2022. A norma foi aprimorada e atualizada, principalmente no que diz respeito à propaganda eleitoral na internet e por meio de aplicativos de mensagens.

A pauta da desinformação também é destaque na resolução. A norma pune a veiculação de notícias falsas ou conteúdo injúrias, calúnias ou difamações com o intuito de beneficiar candidatos, partidos, federações ou coligações. A divulgação de fatos sabidamente inverídicos pode ser punida com prisão de dois meses a um ano e pagamento de 120 a 150 dias-multa. A fiscalização da propaganda é feita pelo Ministério Público Eleitoral (MPE).

“O trabalho de combate à desinformação é contínuo e permanente na Justiça Eleitoral. Em agosto deste ano, o TSE tornou permanente o Programa de Enfrentamento à Desinformação na Justiça Eleitoral, o qual foi instituído pela primeira vez em agosto de 2019. A ideia é continuar combatendo a desinformação com informação de qualidade sobre o processo eleitoral, trabalhando em rede com os parceiros e todos os TRES”, afirmou o órgão em nota.

As redes sociais contatadas pelo **Correio** possuem parceria com o TSE para garantir, em conjunto, a integridade do processo eleitoral. No total, há 70 instituições que integram o programa de combate à desinformação. “Para 2022, a expectativa do TSE é ampliar o número de entidades que participam da iniciativa de forma a ampliar o alcance das informações verdadeiras e assegurar que a mensagem seja bem compreendida por todo o eleitorado”.

Com as redes do Facebook, Instagram e WhatsApp a parceria foi assinada ainda em 2020, oferecendo produtos e serviços sem custo aos cofres públicos para as eleições daquele ano. Ferramentas

Maryanna Oliveira/Câmara dos Deputados - 27/5/20



Silva, relator das fake news: manipulação é corriqueira

como um chatbot no WhatsApp para auxiliar na circulação de dados oficiais do TSE sobre o processo eleitoral foram disponibilizadas a partir do acordo.

Twitter e TikTok também iniciaram a colaboração com o TSE em 2020. No caso da primeira, foi lançada a hashtag #Eleições2020 e apresentada, no topo da lista, uma notificação com link para página do TSE com dados sobre o processo eleitoral. Já o TikTok centralizou em uma página informações confiáveis sobre as Eleições Municipais de 2020.

Além das medidas tomadas a nível do TSE, um projeto de lei de combate às fake news e desinformação esteve na pauta dos poderes nos últimos meses. O relator da proposta, deputado Orlando Silva (PCdoB-SP), afirma que a importância deste debate se dá pelas consequências que os fenômenos vêm provocando na sociedade. “O uso político, para manipular artificialmente a opinião pública, favorecendo certos interesses em detrimento de outros, às vezes aniquilando reputações com base em mentiras, tem sido corriqueiro”, diz.

O projeto, apresentado em

maio de 2020 pelo senador Alessandro Vieira (Cidadania-SE) e aprovado em 30 de junho no Senado, pretende regulamentar serviços de mensagens, busca e redes sociais de plataformas que tenham número de usuários registrados no Brasil maior que 10 milhões. No caso de descumprimento das regras previstas, há previsão de pagamento de multa de até 10% do faturamento do grupo econômico no Brasil no seu último exercício; suspensão temporária das atividades; ou mesmo a proibição de funcionamento.

Diante de pontos polêmicos e críticas de especialistas, Silva reitera a complexidade do tema. “Não pode ser construída uma legislação sobre algo tão dinâmico e novo a toque de caixa. É preciso debater e encontrar caminhos. Então, acho que estamos fazendo o trabalho adequado, dentro do amadurecimento possível do debate”, avalia. A proposta foi analisada por um grupo de trabalho da Câmara dos Deputados e teve o relatório final aprovado. Agora, o projeto aguarda a votação em plenário. (TM)



EDIÇÃO Nº 827 | ANO 46

Boletim informativo das Organizações PaulOOctavio

26 DE DEZEMBRO DE 2021 | BRASÍLIA/DF




FIM DE ANO

OPERÁRIOS RECEBERAM PANETONES DE PRESENTE

Empresas integrantes das Organizações PaulOOctavio distribuíram panetones, na semana anterior à do Natal, a todos os seus 1.700 funcionários. Nas obras, a entrega contou ainda com a participação de executivos e do presidente do grupo, que fez questão de agradecer aos mais de 680 funcionários agraciados com a lembrança.

“Eu queria agradecer a todos pelo empenho neste ano, que foi bastante difícil”, disse Paulo Octávio aos operários do canteiro de obras dos residenciais General Clóvis Jacy Burmann e Márcia Kubitschek, ambos no Noroeste. “Nosso papel é construir e proporcionar às famílias um lugar onde morar. Quero que todos levem para casa a sensação do dever cumprido, pois vocês trabalham duro e merecem todo reconhecimento”, acrescentou.

As distribuições nas empresas foram feitas entre os dias 13 e 17 de dezembro. Nas obras, receberam os empregados dos residenciais Jane Godoy (Asa Norte), Nívio Gonçalves (Noroeste), Cláudio Cohen (Guará II), Manhattan Shopping, Oceania, Dalmo Rabello e Península (Águas Claras), além dos trabalhadores da Central de Produção e Pesquisa, plataforma inovadora criada pela PaulOOctavio para padronizar suas obras.

www.paulooctavio.com.br