



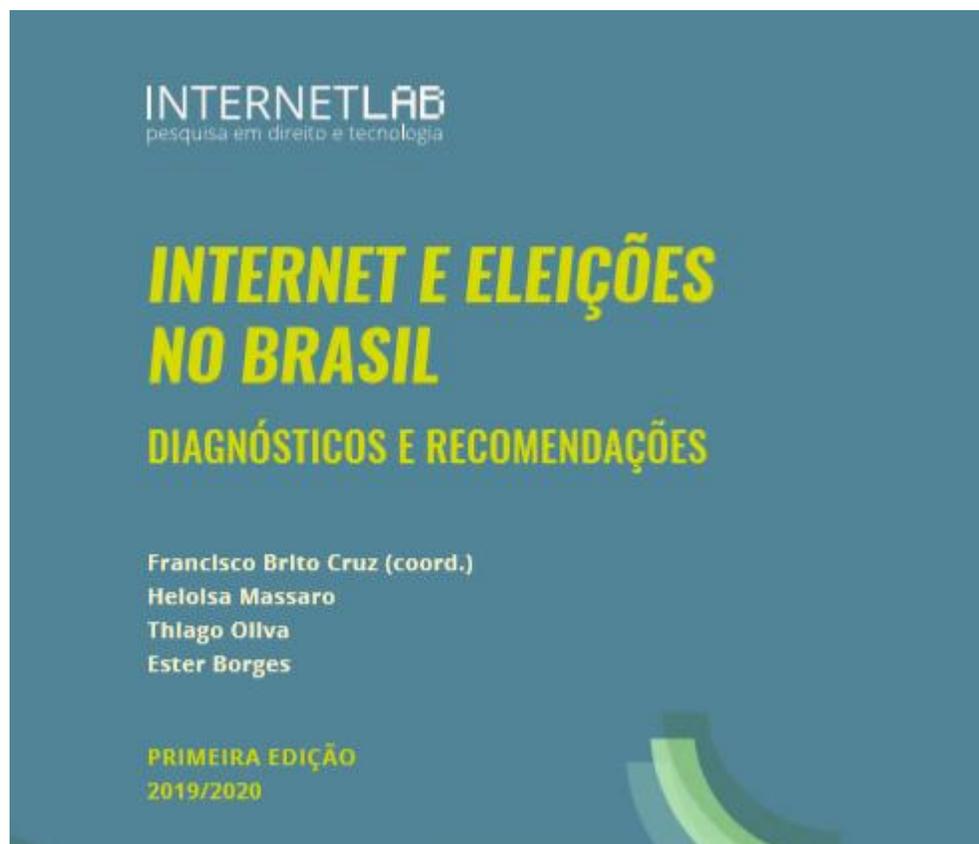
redes de comunicação política em tempos de transformação nas lógicas de produção de informação

*Diagnósticos e recomendações sobre o que
temos chamado de Fake News.*

Francisco Brito Cruz

Diretor do InternetLab, CPMI das Fake News, novembro de 2019

_sumário



- a. *diagnóstico*
- b. *cenário*: novidades e problemas
- c. *recomendações*

_diagnóstico (1)

- I. **dieta de mídia no Brasil mudou e se tornou mais híbrida e aberta a novos atores, reformulando o papel da audiência;**
- II. **isso teve impacto nas campanhas políticas, que foram se tornando campanhas em rede;**
- III. **qualquer um pode se plugar nessas redes – e vários tipos de relações se configuram entre seus componentes (*controle, aliança, sinergia*).**

_diagnóstico (2)

- I. paralelamente: minoração da importância da lógica jornalística nas dinâmicas de produção e circulação de informação política, instabilidade político-jurídica e tensionamento dos discursos.
- II. escolhas das plataformas de internet ganham importância (relação direta política-povo é falácia).
- III. como isso interagiu com as regras do jogo?
- IV. 2018.

_cenário: novidades e problemas

Novas técnicas

- Uso de **dados pessoais** se tornou realidade na propaganda;
- **Automação** de rotinas;
- **Impulsioneamento** e **envio de mensagens**;
- Marketing de **influência**;
- Mídia digital hiperpartidária (propaganda).

Novas fraudes

- Problemas no acesso à informação de qualidade;
- **Bots**;
- Diversas modalidades de “**comportamento inautêntico**” – da interferência externa à manipulação de perfis;
- Roubo ou abuso de dados.

Violências e danos (também no mundo offline)

- Ataques cibernéticos a infraestruturas adversárias;
- Aumento da capacidade de produção e circulação de discursos violentos e discriminatórios que têm relação com violências no mundo real;
- Reputações e igualdade de chances nas eleições ameaçadas.

Inadequação jurídica

- Regulação baseada unicamente em remoção e responsabilização (**lógica antiga**);
- O problema da “**dose**”: liberdade de expressão e filtros;
- Cultura de privacidade incipiente;
- Hipertrofia na defesa da honra – e atrofia na defesa de grupos vulneráveis;

problemas antigos não deixaram de existir (caixa 2, compra de votos etc). eles se reinventaram.

_recomendações (1)

- I. menos consequencialismo, mais valores (**liberdade de expressão, privacidade, igualdade de chances, acesso à informação**)
- II. aperfeiçoamento com envolvimento de todos os setores é caminho para o equilíbrio
- III. controle de conteúdo não pode ser a única aposta – minimizar e combinar com **proteção agnóstica ao acesso à informação**
- IV. aplicação da lei: parâmetros e teses jurisprudenciais
- V. boas práticas para influenciadores digitais
- VI. proteção de dados pessoais é essencial (cf. PL n. 3843/2019)
- VII. cibersegurança não é só assunto de governos e empresas
- VIII. plataformas devem se comprometer com **transparência**

_recomendações (2), agenda estratégica

- *Quando começa uma campanha na internet?*
- *O que deve ser considerado **propaganda eleitoral ou política**? A pedra-de-toque do sistema atual precisa ser revisitada.*
- *Responsabilização em tempos de campanhas em rede.*

Obrigado!