Data: 05.07.2021
Titulo: A mentira voa, mas a verdade coxeia
Pub: Público
Tipo: Jornal Nacional Diário
Secção: Nacional
Pág: 8
Área: 676cm²/ 73%
Tiragem: 72.253
FOTO
Cores: 4 Cores
ID: 7172189

QuickCom comunicação integrada

A mentira voa, mas a verdade coxeia

Arlindo Oliveira

Jonathan Swift, escritor e satirista anglo-irlandês, conhecido por diversas obras, entre as quais *As Viagens de Gulliver* e *Uma Modesta Proposta*, escreveu em 1710: "A mentira voa, e a verdade vai a coxear atrás, de forma que, quando os homens se tentam desenganar, é demasiado tarde; a brincadeira acabou e a história surtiu o seu efeito; como um homem que pensa numa boa resposta quando a conversa já mudou ou os amigos se foram embora; ou como um médico que descobriu uma medicina infalível, depois de o doente ter morrido".

Foi necessário ter acesso às modernas tecnologias para ser possível fazer estudos quantitativos em grande escala que permitissem confirmar ou negar a ideia de Swift. Um conhecido estudo, elaborado por professores do MIT em 2018, usou a rede Twitter e encontrou evidência clara de que as notícias falsas se propagam mais rapidamente e mais amplamente do que as notícias verdadeiras, um resultado que foi confirmado por outros estudos. Porém, a criação e propagação de notícias falsas não se deve unicamente às redes sociais, e existem numerosos factores que justificam a crescente preocupação com este fenómeno.

A introdução de novas tecnologias de comunicação esteve sempre associada à preocupação de que essas tecnologias viessem a ser usadas para propagar informação falsa ou contrária aos interesses da sociedade. Quando a prensa de tipos móveis foi inventada, por Gutenberg, foi alvo de muitas críticas, por diversos sectores da sociedade. Temia-se que os livros se tornassem demasiado baratos e acessíveis e pudessem ser usados para propagar desinformação, um conceito que na altura era muito abrangente e correspondia, na prática, a qualquer mensagem não alinhada com os ensinamentos da *Bíblia*. A popularização dos jornais, a invenção do rádio, o aparecimento da televisão e a criação das redes de cabo são apenas algumas das tecnologias que permitiram tornar cada mais acessível a criação de conteúdos, verdadeiros ou falsos, e a sua divulgação a grandes audiências. Cada uma destas tecnologias foi acusada de permitir a pessoas sem preparação nem escrúpulos criarem e divulgarem conteúdos com o objectivo de influenciarem a opinião pública.

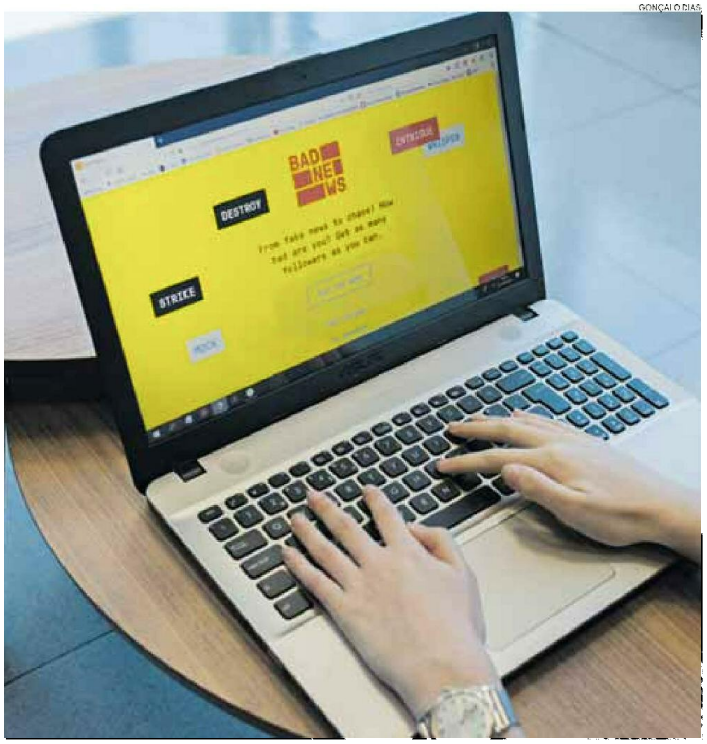
Porém, a divulgação da Internet e, em particular, o aparecimento da chamada Web 2.0, que permite a qualquer utilizador criar e publicar conteúdos, agudizou ainda mais o problema. As redes sociais representam apenas o auge desta tendência de democratização da capacidade de criar conteúdos. Qualquer pessoa, grupo de pessoas, ou mesmo *robots* informáticos podem hoje criar, divulgar e promover conteúdos que têm o potencial de atingir o mundo inteiro. A utilização de algoritmos que seleccionam as notícias que mais prendem a atenção dos utilizadores apenas torna o problema mais grave: cada pessoa vê, principalmente, as notícias que reforçam as suas convicções pré-existentes, sejam elas verdadeiras ou falsas.

Para além da desinformação que criam e que é, só por si, negativa, as notícias falsas levam à radicalização e dificultam o diálogo, sem o qual é difícil manter uma democracia activa e participativa. Daí que se justifiquem os esforços que são levados a cabo, por numerosas organizações, para avaliar, filtrar e bloquear as notícias falsas. Porém, é improvável que estas abordagens institucionais venham a ser particularmente bem-sucedidas. A mentira sempre existiu, e não será a introdução de novas tecnologias, mesmo que baseadas em inteligência artificial, que irá impedir que sejam criadas, divulgadas e propagadas mentiras. Em primeiro lugar, a filtragem de notícias, ainda que bem-intencionada, entra rapidamente em conflito com o direito à liberdade de expressão, constitucionalmente consagrado na esmagadora maioria dos países democráticos. A discussão que se levantou à volta das disposições relativas a desinformação contidas na *Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital* ilustra bem as dificuldades inerentes à criação de legislação que tenha como objectivo permitir a filtragem e eliminação de notícias falsas. Existe, de facto, uma linha muito fina entre a censura e a protecção do consumidor.

Na impossibilidade de abordagens globais serem totalmente eficazes, cabe a cada um de nós garantir que toma as precauções necessárias para não ser enganado, nem propagar notícias falsas. Ao longo dos tempos, muitos escritores, filósofos e cientistas abordaram este problema, entre os quais Carl Sagan, que popularizou o seu *kit de detecção de tretas*. Um recente livro de Carl Bergstrom e Jevin West, *Calling Bullshit*, aborda esta questão em profundidade e propõe técnicas que ajudam a detectar não só as mentiras óbvias, mas também aquelas que são envoltas numa camada de pseudo-ciência, usando números e estatísticas difíceis de desmontar. A utilização de estimativas de Fermi, o uso criterioso de espírito crítico e o evitar do viés da confirmação – a tendência que temos para acreditar em notícias que reforçam as nossas convicções – são técnicas poderosas que podemos usar para não sermos enganados.

A utilização de estimativas de Fermi, o uso criterioso de espírito crítico e o evitar do viés da confirmação são técnicas poderosas que podemos usar para não sermos enganados

GONÇALO DIAS



Mike Caulfield, professor na Universidade Estadual de Washington, propôs, para este fim, a metodologia SIFT *Stop, Investigate, Find, Trace*. Cada um dos quatro passos ajuda a identificar e controlar o efeito e a propagação de notícias falsas. No primeiro passo, devemos parar e reflectir, antes de reagir e propagar uma notícia que é, potencialmente, falsa: já lemos a notícia, parece verosímil? O segundo passo consiste em investigar: a fonte é credível, a notícia é fundamentada? No terceiro passo, tenta-se encontrar confirmação alternativa, de outras fontes, que confirmem ou complementem a notícia: são as diversas notícias coerentes entre si, são independentes ou têm todas a mesma origem? Finalmente, no quarto passo, o mais difícil e complexo, deve-se tentar, sempre que se justifique, identificar as fontes originais e o material que deu origem à notícia.

No dia 14 de Junho, Cristiano Ronaldo retirou duas garrafas de Coca-Cola da sua frente, e pediu água, numa entrevista televisionada para todo o mundo. Nas horas e dias seguintes, a notícia de que a avaliação da Coca-Cola tinha caído quatro mil milhões de dólares por causa desse evento propagou-se pelo mundo. Muitos acreditaram, até porque alinhava bem com a ideia que temos de que as acções de Ronaldo têm impacto global. A verdade é que a valorização da empresa é superior a 200 mil milhões de dólares, e que a queda no dia 14, de um pouco mais de 1,6%, aconteceu antes da reacção de Ronaldo e ter-se-á devido, entre outros factores, às condições negativas do mercado e ao facto de as acções adquiridas no dia 14 já não pagarem os dividendos do ano de 2020. De facto, entre o evento protagonizado pelo craque português e o fim do dia, as acções da Coca-Cola subiram cerca de 0,5%.

Neste caso, não terá sido sério o impacto desta notícia falsa. Noutros casos, é diferente. Em 2016, uma notícia falsa sobre uma afirmação do ministro da Defesa de Israel causou uma ameaça de retaliação nuclear pelo Paquistão. A sistemática disseminação de notícias falsas sobre as últimas eleições nos Estados Unidos levou à invasão do Capitólio. Em 1998, um estudo publicado por Andrew Wakefield sugeriu a existência de uma relação entre vacinas e autismo. Anos mais tarde, os autores retractaram-se e removeram o artigo, mas o mal estava feito, e ainda hoje muita gente é contra as vacinas. A mentira voa, mas a verdade coxeia.

Professor do IST e presidente do INESC