UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Faculdade de Comunicação
Departamento de Comunicação Organizacional

Memória

Série Radiofônica: Fake News & o PL 2630

Josué dos Santos Cardoso
Orientador: Prof. Carlos Eduardo Esch

Brasília
2º/2021

Josué dos Santos Cardoso

SÉRIE RADIOFÔNICA: FAKE NEWS & O PL 2630

Memória do projeto experimental apresentado ao curso de Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Organizacional, sob orientação do professor Carlos Eduardo Esch.

Brasília

2º/2021

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Faculdade de Comunicação
Departamento de Comunicação Organizacional

Série radiofônica: Fake News & o PL 2630

Projeto experimental apresentado à Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Organizacional

Banca Examinadora

_____
Carlos Eduardo Esch (orientador)

_____
Elton Pinheiro (membro titular)

_____
Janara Sousa (membro titular)

Brasília
2º/2021

In the truest sense, freedom cannot be bestowed; it must be achieved.

(Franklin D. Roosevelt)

Aos meus pais, Robinson e Antonia,
verdadeiro motivo pelo qual concluo este projeto.

SUMÁRIO

1. Introdução……. 8
2. Objeto jornalístico da Série…… 10
3. Justificativa…… 11
4. Objetivo geral……...… 13
4.1 Objetivos específicos……..…… 13
5. Reflexões conceituais e de cenário……..…… 14
a. A Reportagem Jornalística e a Linguagem Sonora Do Rádio……14
b. A Sociedade Digital……..……16
c. O Fenômeno das "*Fake News*"…….……18
d. O Projeto De Lei 2.630/2020: a "Lei Das Fake News"……..…… 23
6. Etapas de produção…….…… 27
a. Pré-Produção……..…… 27
b. Produção……...……..…… 30
c. Pós-produção……..…… 32
d. Descrição dos episódios……...…… 34
7. Cronograma……..……. 35
8. Considerações finais…… 36
9. Referências bibliográficas……..… 40
10. Apêndice……...……... 45

RESUMO

Esta é a memória da série de reportagens “Fake News & o PL 2630”. Uma produção radiofônica com quatro episódios que apresentam desde a origem do fenômeno das fake news (notícias falsas) até os complexos desafios e controvérsias do combate à desinformação com a moderação do Estado, incluindo propostas de legislações como o Projeto de Lei 2630, que ficou popularmente conhecido como “Lei das Fake News”. O objetivo é apresentar o tema com uma linguagem acessível ao cidadão leigo no assunto de maneira a sensibilizá-lo sobre a profunda importância desse debate e suas consequências imediatas na vida cotidiana.

Palavras-chave: Desinformação; Fake News; Lei Das Fake News; PL2630/2020; Regulamentação da Internet

1. INTRODUÇÃO

Durante todo o século XX, os grandes veículos da imprensa atuaram praticamente sozinhos na difusão de notícias e informações em todo o mundo. Com a chegada da internet no começo do século XXI, aos poucos, esse oligopólio começou a ser quebrado.

A facilidade em divulgar e promover artigos, matérias e vídeos, especialmente nas redes sociais, transformou cada usuário em um potencial jornalista. Só no Brasil, esmagadores 70,3% da população[1] — cerca de 150 milhões de brasileiros — são usuários de redes sociais e gastam em média 3 horas e 42 minutos por dia nessas plataformas.

Na internet, cada usuário tem a prerrogativa de construir e expor sua própria narrativa sobre o conteúdo que publica. Porém, especialmente quando essas publicações assumem um caráter informativo, de notícia, esse processo pode ser facilmente enviesado a depender das intenções e motivações de quem publica a notícia. Por causa dessa permissividade inerente ao ambiente digital, muitas pessoas se aproveitaram do contexto e passaram a compartilhar, intencionalmente, notícias falsas e mentiras – as famosas fake news — com o objetivo de manipular a opinião pública em favor de interesses e ideologias pessoais e políticas.

De início não houve grande comoção pública a respeito. Conceitualmente, cabia a cada usuário a responsabilidade de verificar as informações encontradas online e decidir no que confiar. Esse cenário começa a mudar quando a internet se revela como propulsor fundamental de grandes reviravoltas político-eleitorais.

Resultados eleitorais como as vitórias dos então presidenciáveis Donald Trump em 2016, nos Estados Unidos, e Jair Bolsonaro em 2018, no Brasil, oficializaram a internet como ferramenta indispensável para uma campanha eleitoral bem-sucedida.

De fato, foi só quando a internet se provou como ferramenta determinante nos resultados de várias eleições ao redor do mundo que a classe política entendeu seu potencial e importância. Com isso, os políticos, que antes não ligavam tanto assim

---

[1]Disponível em https://jc.ne10.uol.com.br/brasil/2021/09/13608150-brasil-e-o-terceiro-pais-do-mundo-que-mais-utiliza-redes-sociais-diz-estudo.html . Acesso em 19/04/2022

para o que diziam sobre eles online, passaram a ter atenção redobrada nas redes sociais. Como consequência, plataformas que antes eram extremamente permissivas quanto ao conteúdo produzido pelos seus usuários passaram a ser cada vez mais pressionadas a implementarem diretrizes e termos de uso mais rigorosos.

É nesse cenário que surge o debate sobre a regularização da internet com o objetivo de combater a desinformação online — no Brasil, o Projeto de Lei 2630 (popularmente conhecido como "Lei das *Fake News*") é o primeiro projeto a entrar em pauta no congresso com o objetivo de traçar rigorosas diretrizes para as empresas provedoras de redes sociais na internet a fim de fiscalizar e responsabilizar possíveis disseminadores de desinformação.

Apesar de buscar promover um ambiente de debate público mais saudável na internet, o projeto possui vários aspectos legal e conceitualmente inconsistentes; e abre margem para controvérsias jurídico-filosóficas com consequências imediatas na vida do cidadão brasileiro — afinal, quem está apto para definir o que é mentira e o que é verdade? Como garantir que uma lei de regulamentação da internet não seja utilizada como ferramenta de controle de informação (ou até mesmo censura) por qualquer governo, político ou figura pública?

A partir desses questionamentos e contando com depoimentos de uma gama variadas de especialistas no assunto como pesquisadores, professores universitários, advogados e especialistas em direito digital, representantes da sociedade civil, jornalistas e políticos, este trabalho busca mapear os aspectos mais importantes que culminaram no paradoxo atual que é a necessidade de combater a desinformação na internet com a moderação do Estado, mas sem incorrer em equívocos anti-republicanos e legislações discriminatórias[2] — para, se possível, apresentar soluções viáveis ao debate.

[2] Define-se "discriminatório" como "em que há segregação ou tratamento injusto e desigual." (DISCRIMINATÓRIO, 2022). Disponível em: https://www.dicio.com.br/discriminatorio/. Acesso em: 26/04/2022.

2. OBJETO JORNALÍSTICO DA SÉRIE

Remontar, por meio de série radiojornalística, todo o desenvolvimento do fenômeno da desinformação — desde os primórdios das *fake news* nos séculos passados, quando ainda nem havia internet, até a popularização do termo como conhecido no século XXI e o surgimento de propostas como o PL 2630 — a fim de responder à seguinte pergunta fundamental: quais são os obstáculos e desafios para a criação de uma lei idônea[3], sem excessos de vigilância e moderação, de combate à desinformação na internet?

Implícito na pergunta fundamental da série está também o objetivo de apresentar conjecturas práticas imediatas sobre as consequências para a vida do cidadão comum brasileiro caso uma lei desacertada (isto é: com brechas para a utilização discriminatória) seja aprovada pelo congresso.

[3] Define-se "idônea" como "que se adapta perfeitamente ao propósito para o qual se destina." (IDÔNEA, 2022). Disponível em: https://www.dicio.com.br/idonea. Acesso em: 26/04/2022.

3. JUSTIFICATIVA

Não há nada mais caro à uma sociedade democrática que a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa; mas tais direitos constitucionais carregam riscos inerentes — se o exercício da linguagem configura a principal faculdade retórico-persuasiva do ser humano, certamente é possível se valer de discursos e narrativas não factuais para convencer os outros de algo. Logo, garantida a liberdade de expressão, sempre haverá a necessidade de se conviver concomitantemente com a desinformação.

Partindo dessa premissa, qualquer tentativa de combater, ou mesmo extinguir, a disseminação de notícias falsas com a moderação do Estado incorre na necessidade de um complexo e rigoroso processo de avaliação e debate público para que uma eventual lei de combate à desinformação não venha a se tornar fator limitante para a liberdade de expressão do cidadão comum e também não restrinja o seu livre acesso às mais variadas fontes e veículos de informação possíveis.

Afinal, se recair integralmente sobre as instituições do Estado (ou qualquer outro órgão designado por estas) a responsabilidade de definir quais informações são verdadeiras e podem ser acessadas pelo público e quais informações não correspondem aos fatos e devem ser retiradas de circulação, abre-se um precedente jurídico-legal para uma possível instrumentalização autoritária do Estado por parte de um eventual governo cujos interesses sejam antidemocráticos.

Dada a intempestividade com a qual o PL 2630 (popularmente conhecido como “Lei das *Fake News*”) foi escrito, apresentado e votado no congresso, é flagrante que a maior parte da população brasileira, apesar de ser a favor do combate à desinformação[4], não conhece a fundo o sugerido no projeto de lei: seus artigos e dispositivos. O mesmo pode ser dito quanto às controvérsias geradas por alguns artigos específicos do PL 2630 com potenciais consequências negativas para a liberdade de expressão e liberdade de imprensa no país.

Diante desse cenário, não me parece haver tema cuja elucidação seja mais urgente do que este de apresentar — em linguagem simples, acessível ao cidadão comum

[4] Disponível em: https://www.poder360.com.br/congresso/criacao-de-lei-contra-fake-news-e-apoiada-por-9-em-cada-10-brasileiros/ . Acesso em 19/04/2022

leigo no assunto — a complexidade e a importância que é entender e participar ativamente do debate sobre o fenômeno moderno da desinformação na internet e seus desdobramentos legais, culturais e políticos, de modo especial, no Brasil.

Através dessa série radiofônica, apresentada como conclusão de minha graduação como bacharel em Comunicação Organizacional, deixo minha humilde contribuição como comunicólogo para que o futuro do nosso país seja sempre, e cada vez mais, pautado pela liberdade de expressão e pela liberdade de imprensa.

4. OBJETIVO GERAL

Explicar quais são os obstáculos e desafios para a criação de uma lei idônea de combate à desinformação na internet a fim de sensibilizar o ouvinte sobre a profunda importância desse debate e suas consequências imediatas na vida cotidiana.

4.1 Objetivos Específicos

- Mapear os aspectos históricos mais importantes que propiciaram o cenário adequado para o surgimento do fenômeno da desinformação como hoje é conhecido;
- Mapear as principais dificuldades para se combater a disseminação de notícias falsas, sejam elas dificuldades técnico-jurídicas ou filosóficas e conceituais;
- Roteirizar com uma narrativa histórica coerente, capaz de explicar com clareza ao ouvinte como se deu todo o processo desde os primórdios das *fake news* até a proposta do PL 2630;
- Realizar entrevistas com fontes especialistas no assunto da desinformação capazes de agregar à série radiofônica;
- Realizar a apuração dos documentos oficiais do PL 2630 e dos depoimentos de fontes especialistas no assunto;
- Lançar mão de recursos e técnicas de áudio para montar e produzir uma série de reportagens;
- Esclarecer ao ouvinte quais serão as implicações imediatas na vida cotidiana dele caso uma lei como o PL 2630 seja aprovada como está agora (abril de 2022).

5. REFLEXÕES CONCEITUAIS E DE CENÁRIO

a. A Reportagem Jornalística e a Linguagem Sonora Do Rádio

A reportagem como gênero jornalístico, e o repórter, como seu instrumento, surgem, no século XIX, da necessidade de traduzir para a modalidade escrita da língua — utilizando o léxico popular para se fazer compreender melhor entre as massas — fatos e acontecimentos até então desconhecidos pela maioria, mas com o potencial de atrair o interesse público e angariar mais leitores para os jornais da época (LAGE, 2001). Com isso, a reportagem marca uma nova fase da imprensa escrita.

> Em meio à propaganda de sempre, surgiam, pela via da reportagem, os fatos reais. A reportagem colocou em primeiro plano novos problemas, como discernir o que é privado, de interesse individual, do que é público, de interesse coletivo; o que o Estado pode manter em sigilo e o que não pode; os limites éticos do comércio e os custos sociais da expansão capitalista. (LAGE, 2001, p. 6)

Não há como discordar da jornalista Maria Cecília Guirado (2004), quando ela aponta a reportagem como “a arte da investigação”. A reportagem exige do jornalista a capacidade de apurar assuntos obtusos para o público em geral e reportá-los em linguagem translúcida.

> É da natureza da reportagem revelar a origem e o desenrolar da questão que ela retrata. Assim, de alguma forma, a reportagem responde, ou busca responder — em tese — aos interesses sociais. A própria etimologia, segundo José Pedro Machado, comprova que o verbo *reportar* tem sua origem no latim *reportare* “regressar com, tornar a trazer; trazer uma notícia, uma resposta”. (2004, p. 22).

Quanto ao objeto da reportagem, não existe assunto anátema — desde que desperte o interesse público, é “matéria para jornal”. (GROTH, 2011)

> Tudo o que aguçar a atenção, o interesse, a participação, o que de alguma forma produz uma atitude, tudo o que de alguma maneira pode ser objeto de um valor ou de uma finalidade está com isso incluído no conteúdo possível de um jornal; objetos políticos, econômicos, artísticos e científicos, morais e religiosos, públicos e privados, recreativos e instrutivos, teóricos e práticos, as belezas e os horrores da natureza, o que serve para o corpo e para a mente das pessoas, tudo isto é "matéria para jornal". (GROTH, 2011, p. 181)

Leva-se em consideração que o formato da reportagem jornalística — originalmente confinado à linguagem escrita — há muito evoluiu, acompanhando os avanços tecnológicos, e hoje não se restringe apenas à mídia impressa. Dentre os novos formatos aos quais a reportagem jornalística se adaptou, a linguagem sonora do rádio se tornou mais proeminente no Brasil a partir da década de 30, classificada por Ferraretto (2012) como a "fase de difusão" do rádio no país. Desde então, a linguagem sonora do rádio se diferenciou dos demais meios de comunicação por se caracterizar como "uma espécie de companheiro do ouvinte, algo que está próximo no dia a dia e quebra a solidão". (2014, p.21)

Vale ressaltar que a própria linguagem sonora do rádio também foi se modificando ao longo dos anos, de forma a se adaptar aos novos formatos, e atualmente não compreende só o aspecto de informativo em tempo real.

> Reitera-se aqui que: (a) além de uma lógica de oferta, o rádio passa a incluir uma lógica de demanda, presente, por exemplo, na disponibilização na internet de áudios de material já transmitido; (b) ocorrem manifestações não só relacionadas ao modelo de comunicação ponto-massa, o das irradiações em tempo real, mas ponto-ponto, próprio dos conteúdos disponibilizados de maneira diferida, por exemplo, por *podcasting*; (c) multiplicam-se ações empresariais no sentido de disponibilizar o conteúdo radiofônico nos mais diversos suportes tecnológicos (de computadores *desktop* a celulares, *tablets* ou quaisquer outros dispositivos em que isso seja possível); e (d) pode-se identificar uma sinergia do rádio com outros meios dentro de um mesmo grupo empresarial. (FERRARETTO, 2014, p. 14).

Para Ferraz (2016), adaptada à linguagem de áudio do rádio, a reportagem jornalística ganha força por se configurar como um "meio de comunicação tornado meio de expressão".

> Esse formato resulta da junção de uma linguagem jornalística que atrai e interessa pela sua forma e pelo conteúdo da narração do acontecimento que apresenta. É um meio de comunicação tornado meio de expressão quando a história apresentada explora todas as possibilidades de sons que o rádio possui. A reportagem pode, assim, representar um sinal da potência do rádio, e na mesma vez, um recobrar de uma linguagem que já estabeleceu novos caminhos para a narrativa jornalística. Agora ela é adaptada para uma narrativa sonora de acontecimentos: a *peça radiofônica reportagem*. (2016, p. 263).

Ao lançar mão da linguagem de áudio na reportagem jornalística, portanto, compreende-se que o repórter objetiva articular os quatro elementos da linguagem radiofônica (FERRARETTO, 2014) — (1) a voz humana, em geral, na forma de fala; (2) a música; (3) os efeitos sonoros; e (4) o silêncio — estratégica e meticulosamente, a fim de reportar para o ouvinte os resultados de sua investigação da maneira mais cristalina e, ao mesmo tempo, visceral possível.

b. A Sociedade Digital

Convencionou-se reconhecer a sociedade contemporânea como uma "sociedade digital" pelo fato de os avanços tecnológicos, principalmente com a popularização da internet e dos *smartphones*, terem garantido acessibilidade irrestrita à rede mundial de computadores 24 horas por dia, em (praticamente) qualquer lugar do mundo. Afinal, como indaga Kohn e Moraes, "quem hoje abdica de ser encontrado a qualquer hora e em qualquer lugar (isto é, de possuir um telefone celular)?" (2007, p. 12)

Ainda segundo Kohn e Moraes, as autoras definem:

> A sociedade transita hoje no que se convencionou denominar Era Digital. Os computadores ocupam espaço importante e essencial no atual modelo de sociabilidade que configura todos os setores da sociedade, comércio, política, serviços, entretenimento, informação, relacionamentos. Os resultados desse processo são evidentes, sendo que essas transformações mudaram o cenário social na busca pela melhoria e pela facilitação da vida e das práticas dos indivíduos.
>
> As tecnologias digitais possibilitaram uma nova dimensão dos produtos, da transmissão, arquivo e acesso à informação alterando o cenário econômico, político e social. Porém, a dimensão mais importante do computador não é ele em si mesmo, mas a capacidade de interligação, de formação de rede. Assim, com o surgimento da internet no final dos anos 1960, as idéias de liberdade, imaterialidade passam a revolucionar a leitura e a comunicação em rede, possibilitando arquivar, copiar, desmembrar, recompor, deslocar e construir textos, exibi-los e ter acesso a todo tipo de informação, de qualquer variedade, a todo instante. (2007, p. 5)

Nesse contexto da sociedade digital, no qual o acesso quase irrestrito à informação determina os rumos do debate público, surge também o conceito de "democracia digital", que se refere, de maneira geral, "às possibilidades de extensão das oportunidades democráticas instauradas pela infra-estrutura tecnológica das redes de computadores". (GOMES, 2005, p. 218)

> No rol das vantagens políticas da internet, insiste-se com freqüência nas novas possibilidades de expressão que permitem a um cidadão ou a um grupo da sociedade civil alcançar, sem maiores mediações institucionais, outros cidadãos, o que promoveria uma reestruturação, em larga escala,dos negócios públicos e conectaria governos e cidadãos. Nesse sentido, a internet pode desempenhar um papel importante na realização da democracia deliberativa, porque pode assegurar aos interessados em participar do jogo democráticodois dos seus requisitos fundamentais: informação política atualizada e oportunidade de interação. Além disso, a interatividade promoveria o uso de plebiscitos eletrônicos, permitindo sondagens e referendos instantâneos e o voto realizado desde a casa do eleitor. (GOMES, 2005, p. 220)

Para Kohn e Moraes, sobre a internet, "é impossível não ver os benefícios que as novas tecnologias trouxeram para a vida das pessoas, mas sua prepotência lúdica esconde bichos-de-sete-cabeças" (2007, p. 12) — numa democracia digital, a facilidade de participar e influenciar, ao menos virtualmente (na internet), os rumos do debate público, traz consigo, também, uma ruptura da ordem no que diz respeito ao direito de informar e ao processo de produção de informação (MAGNABOSCO e ROMUALDO, 2010).

> Observa-se, então, que há toda uma ordem para se produzir um texto informativo; ordem que deve ser respeitada para que a informação veiculada seja considerada uma informação legitimada.
>
> Porém, o que observamos na atual Cibercultura é que esta ordem está se abalando, estremecendo, não só porque uma das regras para a legitimação da informação e do sujeito informante se extinguiu (não é preciso mais ser formado em jornalismo para ser jornalista) como também porque, com o advento da Internet e de seus gêneros digitais, há uma maior liberdade para se comunicar e, consequentemente, produzir e divulgar informações. (MAGNABOSCO e ROMUALDO, 2010, p. 210)

D'ancona (2018) entende que no presente século, com a internet e as novas tecnologias de informação e comunicação, há uma nova estrutura social que desafia a autoridade das instituições tradicionais estabelecidas no século XX.

> O século XX deixou como herança um sistema de instituições baseadas em regras e em evolução gradual; e uma hierarquia de conhecimento e autoridade, em que entidades representativas interagiam com o estado de acordo com protocolos comprovados. Hoje essa estrutura está sendo desafiada por uma malha de redes vinculadas não por laços institucionais, mas pelo poder viral da mídia social, do ciberespaço e dos sites, que se deleitam em sua repugnância em relação à grande mídia (D'ANCONA, 2018, p. 63).

Não à toa, o precedente, na sociedade digital, de subverter o processo de produção de informação e o direito de informar implicou consequências sérias para o debate público.

c. O Fenômeno Das *Fake News*

Sobre o Conceito De *Fake News* e Desinformação

Segundo estudo conduzido em 2018 pelo Instituto Mundial de Pesquisa (IPSO), o Brasil é um dos países mais afetados no mundo pela disseminação de desinformação — 62% dos entrevistados admitiram já ter acreditado em notícias falsas, valor acima da média mundial que é de 48%[5].

O Dicionário Cambridge define *fake news* como "histórias falsas que parecem ser notícias, espalhadas na internet ou usando outros meios de comunicação, geralmente criadas para influenciar visões políticas ou como uma piada".

[5]Fonte: TJPR. Disponível em: https://www.tjpr.jus.br/noticias-2-vice/-/asset_publisher/sTrhoYRKnlQe/content/o-perigo-das-fake-news/14797?inheritRedirect=false. Acesso em 11 out. 2021

(CAMBRIDGE DICTIONARY, 2021). Logo, demonstra-se que a característica definitiva para que uma informação possa ser qualificada como fake news é a intencionalidade em desinformar, não simplesmente a inveracidade do conteúdo. Até por isso, o termo "desinformação[6]" é tecnicamente mais acurado para descrever o fenômeno do que o popular "*fake news*".

> Desinformação envolve informação descontextualizada, fragmentada, manipulada, retirada de sua historicidade, tendenciosa, que apaga a realidade, distorce, subtrai, rotula ou confunde. A desinformação não é necessariamente falsa; muitas vezes, trata-se de distorções ou partes da verdade. (BEZERRRA e BRISOLA, 2018, p. 3319)

É necessário entender a essência das *fake news* (ou desinformação) como fenômeno para não confundi-la com outros erros de informação, classificados como "primos" da desinformação. Alguns deles podem ser erros não intencionais, rumores que não estão vinculados a nenhuma plataforma de notícia, teorias da conspiração, sátiras, falsas declarações de políticos ou relatórios parcialmente falsos por falha em apurar a fundo a notícia (ALCOTT e GENTZKOW, 2017).

Erros de apuração e falhas de transmissão são comuns numa sociedade hiper informada e 24 horas conectada à rede mundial de computadores, mas não necessariamente qualquer equívoco de apuração deve ser considerado *fake news*. Derrida, ao fazer certa diferenciação entre mentira e erro, escreve: "a mentira não é o erro. Pode-se estar no erro, enganar a si mesmo sem intenção de enganar os outros e, portanto, sem mentir." (1996, p. 8). Prosseguindo, ele afirma que é possível produzir, mesmo com informações verdadeiras, a intencionalidade do engano, característica ímpar da desinformação.

> Mentir não é enganar-se nem cometer erro; não se mente dizendo apenas o falso, pelo menos se é de boa fé que se crê na verdade daquilo que se pensa ou daquilo acerca do que se opina no momento [...]. Mentir é querer enganar o outro, às vezes até dizendo a verdade. Pode-se dizer o falso sem mentir, mas pode-se dizer o verdadeiro no intuito de enganar, ou seja, mentindo. Mas não mente quem acredita naquilo que diz, mesmo que isto seja falso. (DERRIDA, 1996, p. 8).

---

[6] Define-se "idônea" como "que se adapta perfeitamente ao propósito para o qual se destina." (IDÔNEA, 2022). Disponível em: https://www.dicio.com.br/idonea. Acesso em: 26/04/2022.

Portanto, nem todo erro de transmissão da informação pode ser considerado uma desinformação, mas apenas aqueles nos quais o arauto da notícia tem ciência do sofisma que está prestes a anunciar e mesmo assim o faz — por quaisquer que sejam os motivos.

Desinformação e a Internet

Da Silva Gomes e Dourado (2019) ressaltam que o fenômeno da desinformação, como o conhecemos atualmente, com a popularização da internet e das redes sociais, não é uma exclusividade da nossa época, mas apenas a consequência natural de um comportamento preexistente adaptado ao meio digital.

> *Fake News* são, hoje, parte importante da dieta de informação obtida digitalmente. Não, naturalmente, porque só podemos mentir e inventar on-line, nem porque há alguma coisa inerente à vida on-line que estimula as pessoas à contrafação da informação, mas porque a crescente digitalização da vida inclui a intensa digitalização de tudo o que a vida comporta, inclusive a atividade de falsificar e alterar fatos para manipular as pessoas politicamente. (DA SILVA GOMES e DOURADO, 2019, p. 36)

No entanto, a principal idiossincrasia da desinformação na era da internet é sua velocidade de disseminação e compartilhamento frente às notícias produzidas por representantes do jornalismo profissional. O disparate ficou cientificamente comprovado em 2017, quando três cientistas do conhecido Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) conduziram um experimento e verificaram estatisticamente que a desinformação se espalhava em uma velocidade muito maior que as notícias consideradas oficiais, ou mais próximas da verdade — “nossos resultados foram dramáticos: a análise descobriu que a verdade demorava cerca de seis vezes mais que a mentira para atingir 1.500 pessoas”. (ARAL, ROY e VOSOUGHI, 2018, p. 2, tradução nossa).

Depreende-se que na sociedade e democracia digitais, assim como os obstáculos para a difusão de informação foram, em sua maioria, superados, os obstáculos para a difusão de desinformação também foram superados — tornou-se fácil, barato e acessível disseminar notícias falsas (ITAGIBA, 2017). Aliás, tornou-se não só fácil como lucrativo, tendo em vista que o sensacionalismo das notícias falsas, de maneira geral, atrai muito mais audiência que a sobriedade de uma notícia

verdadeira e, com mais audiência, mais oportunidades de lucro financeiro para quem lança mão destes recursos fraudulentos.

> A atual pandemia das *fake news* é consequência direta desse novo ambiente econômico e do modelo de negócios predominante na rede, de acordo com o qual quanto mais audiência uma página obtém, maiores são suas receitas com anúncios. [...] esse modelo gera incentivos para uma corrida rumo ao fundo do poço, pautada por uma competição, sem limites, por mais e mais atenção. (DE CARVALHO, 2020, p. 180)

Entende-se como mantenedora desta desconcertada conjuntura moderna, na qual a mentira atrai mais holofotes que a verdade, o que Llosa (2013) chama de civilização do espetáculo, definida por ele como “a civilização de um mundo onde o primeiro lugar na tabela de valores vigente é ocupado pelo entretenimento, onde divertir-se, escapar do tédio, é a paixão universal” (2013, p. 19); nela, torna-se secundário o caráter informativo das notícias que, ao invés de apurar e transmitir com fidelidade as informações, visa entreter os leitores através de sensacionalismos e escândalos inexistentes. O caráter de veracidade da informação se torna de importância secundária quando a informação é transformada em “instrumento de diversão”.

> Transformar informação em instrumento de diversão é abrir aos poucos as portas da legitimidade para aquilo que, antes, se confinava num jornalismo marginal e quase clandestino: escândalo, deslealdade, bisbilhotice, violação da privacidade, quando não — em casos piores — difamações, calúnias e notícias infundadas. (2013, p. 49).

Llosa encara a desinformação como uma ofuscação do mundo real visando torná-lo inútil, comparando os produtores de notícias falsas à ilusionistas que enganam o público, desvirtuando a realidade com fins políticos ou de divertimento. Sobre o falsificador intencional, afirma: “ele suplanta e torna inútil o mundo real dos fatos e as ações objetivas” (LLOSA, 2013, p. 71).

Desinformação e a Disputa Político-Eleitoral

Embora o fenômeno moderno da desinformação não se restrinja a um tema específico, Soroush Vosoughi, Deb Roy, e Sinan Aral, três pesquisadores do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), provaram empiricamente que as notícias

falsas sobre política são mais vistas e compartilhadas que notícias falsas sobre qualquer outro assunto.

> Descobrimos que notícias falsas sobre política viajaram de maneira mais profunda e ampla, alcançaram mais pessoas, e foram mais virais do que qualquer outra categoria de informações falsas. Notícias falsas sobre política também se difundiram mais rapidamente e atingiram mais de 20.000 pessoas quase três vezes mais rápido do que todos os outros tipos de notícias falsas alcançaram 10.000 pessoas. (ARAL, ROY e VOSOUGHI, 2018, p. 3, tradução nossa).

Nesse ambiente propício à constante falsificação de informações políticas, promove-se uma transformação sócio-eleitoral na qual dá-se primazia às opiniões "da tribo", ou das autoridades consideradas "credenciadas" para falar do assunto em detrimento de um processo pessoal (e, outrora, natural) de formação de opinião através da análise racional das premissas apresentadas — com tantas mentiras sendo espalhadas por aí e tantas narrativas populares opostas sobre um mesmo fato, normaliza-se um sentimento de constante fragilidade intelectual e incerteza dos sentidos. Nesse cenário, o carimbo de aprovação social do meio em que se está inserido se torna fator mais determinante para o posicionamento político-eleitoral das pessoas do que qualquer busca por um posicionamento alinhado com a verdade.

Sobre como se dá, de maneira geral, o processo de posicionamento político-eleitoral na sociedade moderna, D'ancona (2018, p.21) pontua: "os eleitores escolhiam um partido com base em afiliações de valor, adotavam as opiniões da tribo, desenvolviam argumentos para apoiar essas opiniões e (só então) selecionavam fatos para reforçar essas alegações" — primeiro se dá o posicionamento político, por afinidade sentimental, só então surge a preocupação em buscar os fatos.

d. O Projeto De Lei 2.630/2020: a "Lei Das *Fake News*"

Do Texto Original à Versão Aprovada Pelo Senado

O texto original do Projeto de Lei 2.630 foi apresentado em plenário do Senado Federal no dia 13 de maio de 2020. De autoria do senador Alessandro Vieira (Cidadania-SE), o projeto propunha instituir a "Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet", com o objetivo principal de

“fortalecimento do processo democrático por meio do combate à desinformação e do fomento à diversidade de informações na internet no Brasil” (BRASIL, 2020a).

Ressalta-se que o texto original apresentado pelo senador Alessandro Vieira (Cidadania-SE) propunha estabelecer diretrizes para a regulamentação das plataformas provedores de redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas e, através destas, era preponderantemente voltado para um combate rigoroso à desinformação (BRASIL, 2020a).

Após a leitura inicial da proposta no Senado em maio de 2020, fomentado o debate do tema entre os senadores e entidades representantes do sociedade civil, houve grande pressão para que o Senado abrandasse o teor imperativo da proposta por um entendimento de que os dispositivos legais de combate à desinformação sugeridos no texto original estavam mal delimitados e abriam brechas para abusos discriminatórios da lei.

Em 30 de junho de 2020, já com um texto menos impositivo que o original e voltado mais para a regulamentação das plataformas do que para o combate à desinformação, o Senado aprovou a primeira versão da “Lei das *Fake News*” , que seguiu para a Câmara dos Deputados para uma segunda avaliação pelo congresso[7].

Em linhas gerais, a versão aprovada pelo Senado estabelecia regras de conduta para responsabilizar as grandes empresas provedoras de redes sociais (como Facebook, Instagram, Twitter…) e aplicativos de mensagens instantâneas (como Whatsapp e Telegram) por implementar sistemas de fiscalização e maior transparência em suas plataformas.

[7] Disponível em: https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/06/30/aprovado-projeto-de-combate-a-noticias-falsas. Acesso em: 18 de out. 2021

> Art. 6º Com o objetivo de proteger a liberdade de expressão e o acesso à informação e fomentar o livre fluxo de ideias na internet, os provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada, no âmbito e nos limites técnicos de seu serviço, devem adotar medidas para:
>
> I – vedar o funcionamento de contas inautênticas;
>
> II – vedar contas automatizadas não identificadas como tal, entendidas como aquelas cujo caráter automatizado não foi comunicado ao provedor de aplicação e, publicamente, aos usuários; e
>
> III – identificar todos os conteúdos impulsionados e publicitários cuja distribuição tenha sido realizada mediante pagamento ao provedor de redes sociais. (BRASIL, 2020b)

Apesar de a versão do PL 2630 aprovada pelo Senado ter sido já uma versão mais branda que o texto original, a aprovação do projeto foi cercada de controvérsias que, em sua maioria, apontavam os dispositivos sugeridos no projeto de lei como passíveis de uso prejudicial à liberdade de expressão e à privacidade do cidadão brasileiro (ABRAJI, 2020).

Não à toa, pouco antes da aprovação pelo Senado, o portal responsável por consultas públicas, e-Cidadania, registrava certa rejeição popular à aprovação do projeto: foram 424.819 (quatrocentos e vinte e quatro mil, oitocentos e dezenove) votos contrários à aprovação do PL 2630 e 353.204 (trezentos e cinquenta e três mil, duzentos e quatro) votos a favor[8].

Dentro os artigos mais controversos dessa primeira versão do PL 2630 aprovada pelo Senado, destacam-se o artigo 10 e o artigo 25, que propunham intensificar a vigilância do Estado sob o cidadão comum e criar um órgão regulador com a atribuição de elaborar um código de conduta para as redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas, respectivamente.

[8] Disponível em: https://www12.senado.leg.br/ecidadania/visualizacaomateria?id=141944. Acesso em 18 de out. 2021

> Art. 10. Os serviços de mensageria privada devem guardar os registros dos envios de mensagens veiculadas em encaminhamentos em massa, pelo prazo de 3 (três) meses, resguardada a privacidade do conteúdo das mensagens.
>
> [...]
>
> Art. 25. O Congresso Nacional instituirá, em até 60 (sessenta) dias contados da publicação desta Lei, em ato próprio, conselho que terá como atribuição a realização de estudos, pareceres e recomendações sobre liberdade, responsabilidade e transparência na internet. (BRASIL, 2020b)

Diante do proposto, o jurista, professor e advogado, Dr. Lenio Streck, abordou a proposta como autoritária.

> "Moral da história: nem com muita boa vontade o projeto é aceitável. Porque é autoritário, instituindo uma espécie de internet de exceção. [...]. Ao contrário do que deveria ser, se aprovado o projeto, não é o Estado que deve provar que você descumpriu a lei. É você quem deve provar que é inocente." (STRECK, 2020).

Já o advogado e jurista José Rollemberg Leite Neto, apontou que o caráter veloz de tramitação do projeto no Senado não gozou de participação popular e de debate necessário, "à semelhança do que acontece com a legislação penal quando editada em momentos de comoção, essa proposição parece obedecer a um propósito de tentar conter o que aparentemente é caótico numa ordem segura" (ESTADÃO, 2020).

Foi assim, cercado de controvérsias e debates acalorados, que o PL 2630 chegou à Câmara dos Deputados para ser avaliado pela casa.

O Texto Substitutivo Proposto Pela Câmara

Na Câmara dos Deputados, num processo de análise que durou mais de um ano (de julho de 2020 a março de 2022), foram apensados mais de 70 processos ao PL 2630, o que mudou drasticamente a configuração do texto que havia sido aprovado no Senado. Para facilitar a compreensão da nova proposta, a Câmara apresentou um texto substitutivo para o PL 2630: uma versão final, resultado de todas as alterações e apensos que se deram durante a tramitação na casa legislativa[9].

---

[9] Disponível em: https://www.camara.leg.br/noticias/863031-relator-apresenta-nova-versao-do-projeto-sobre-fake-news-conheca-o-texto/. Acesso em 29 de abril. 2022.

De maneira geral, na sua versão mais recente, o substitutivo do PL 2630 proposto pela Câmara retirou de pauta praticamente todos os artigos polêmicos que estavam presentes na versão aprovada pelo Senado (como os artigos 10 e 25), e melhorou as propostas de regulamentação das plataformas provedoras de redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas, exigindo maior transparências quanto à moderação de conteúdo e ainda ampliando ao usuário o direito de pedir revisão das decisões tomadas pelas plataformas.

> Art. 15. Após aplicar regras contidas nos termos e políticas de uso que impliquem exclusão, indisponibilização, redução de alcance ou sinalização de conteúdos, os provedores de redes sociais e mensageria instantânea devem, imediatamente:
>
> I – notificar o usuário sobre:
>
> a) a natureza da medida aplicada e o seu âmbito territorial;
>
> b) a fundamentação, que deve necessariamente apontar a cláusula aplicada de seus termos ou políticas de uso ou a base legal para aplicação e o conteúdo ou a conta que deu causa à decisão;
>
> c) procedimentos e prazos para exercer o direito de pedir a revisão da decisão; e
>
> d) se a decisão foi tomada exclusivamente por meio de sistemas automatizados fornecendo informações claras e adequadas a respeito dos critérios e dos procedimentos utilizados para a decisão, nos termos do art. 20, § 1º, da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, quando cumpridos os requisitos para tanto. (BRASIL, 2022)

Bem menos taxativa que a versão aprovada pelo Senado e ainda mais voltada para a regulamentação das plataformas do que para o combate direto à desinformação, o substitutivo proposto pela Câmara obteve mais apoio da sociedade civil, mas nem por isso deixou de apresentar dispositivos controversos em seu texto — destes, destacam-se (I) a proposta de estender a imunidade parlamentar para as redes sociais, no artigo 22; (II) o artigo 36 que tipifica desinformação como crime em espécie; (III) a proposta do artigo 38 de remunerar veículos da imprensa pela utilização de conteúdo jornalístico nas redes sociais; e (IV) o artigo 39 que, nos mesmos moldes do antigo artigo 10 da versão aprovada pelo Senado, propõe aumentar o estado de vigilância sob o cidadão através do aumento do prazo de guarda de registros dos usuários nas redes sociais (BRASIL, 2022).

6. ETAPAS DE PRODUÇÃO

Esta série de áudio foi realizada em três etapas — a pré-produção, a produção e a pós-produção.

a. Pré-Produção

Definindo a Pauta

Entrei no curso de Comunicação Organizacional no 2º/2016. Em poucos meses de aula houve a famosa paralisação estudantil em protesto à "PEC do Teto de Gastos" (PEC 55/2016) — paralisação da qual eu, como discente da Faculdade de Comunicação, tomei parte mais por omissão condescendente que por posicionamento esclarecido: a verdade é que eu estava completamente perdido no meio daquela discussão toda.

A partir daquele momento, despertei para a necessidade urgente de me politizar mais caso realmente quisesse exercer o ofício de comunicólogo com excelência. Sem dúvida, esse mesmo espírito não só me acompanhou durante toda a graduação como também se tornou arrimo de tudo que aprendi na FAC, de modo que, às vésperas da escolha de um tema para meu projeto de conclusão de curso, me parecia natural escolher uma pauta que abarcasse comunicação e política.

De início, minha ideia era seguir o campo da "análise do discurso" no marketing político e até cheguei a escrever um pré-projeto com essa pauta em mente, ainda em 2019. Com as mudanças súbitas nos calendários da UnB por causa da pandemia de Covid-19, em 2020, acabei adiando meu projeto final e com mais tempo para refletir, decidi por mudar completamente o tema do projeto.

Na época, o PL 2630, ou Lei das Fake News, havia sido aprovado, em sua primeira versão, pelo Senado Federal, e ganhava cada vez mais espaço nos noticiários: que geralmente só apresentavam o projeto como uma iniciativa para combater notícias falsas, mas não entravam em detalhes sobre como esse combate seria feito. Ao pesquisar um pouco mais sobre o assunto, logo entendi que os desafios para combater a desinformação eram muito mais complexos do que pareciam e que, caso esses desafios não fossem discutidos ampla e publicamente,

qualquer proposta de lei sobre o tema estaria aquém do esperado de um Estado que de fato preza pela liberdade de expressão de seus cidadãos e pela liberdade de imprensa em seu território. Dessa conclusão partiu o ensejo de abordar o assunto no meu projeto de conclusão de curso.

Sempre tive claro também que a escolha de fazer um produto em comunicação, ao invés de uma monografia, me seria mais apropriada. Queria fazer algo que pudesse mostrar, que pudesse ser apresentado e compreendido com facilidade pelas pessoas. Nesse caso, entendo que uma monografia seria um ônus por exigir do leitor certo viés acadêmico para conseguir desfrutar do trabalho.

Como já tinha familiaridade em operar ferramentas de captação e edição de áudio por ser músico e ter um *home studio* em casa, a escolha de fazer uma série radiofônica em formato de podcast jornalístico foi providencial. Logo entrei em contato com o professor Carlos Eduardo Esch, que já tinha bastante experiência na área de linguagem de rádio, e ele topou na hora ser meu orientador no projeto.

Aproveito para destacar que a orientação do professor Carlos Eduardo foi de extremíssima importância para a materialização dessa série radiofônica — eu nunca tinha escrito um roteiro de matéria para rádio antes, muito menos produzido uma série radiofônica; nesse sentido (dentre várias outras contribuições), o professor foi fundamental para me ensinar o “beabá” da roteirização e de todo o processo de produção para rádio.

Estruturação Da Série e Episódios

O primeiro desafio prático da pré-produção foi desenhar uma estrutura narrativa coerente para toda a série. Até então, eu só tinha o tema: *fake news* e o PL 2630, mas ainda não sabia como iria abordar o assunto, quais eram as sub-pautas que eu obrigatoriamente teria que explicar para conseguir elucidar o assunto, muito menos quantos episódios a série teria.

Em consenso com meu professor orientador, após nossos primeiros encontros, definimos que quatro episódios seriam suficientes para contar toda a história: da origem das fake news até os desafios do PL 2630 e possíveis alternativas para o combate à desinformação. Saliento, porém, que nesse primeiro momento a estruturação foi feita de maneira prévia — somente após a primeira

etapa de apuração foi possível traçar um desenho conciso e definitivo para todo o programa, que se configurou da seguinte forma: o primeiro episódio remonta aos primórdios da mentira e da desinformação e suas consequências na sociedade moderna; o segundo episódio mostra a evolução alarmante da disseminação de desinformação com a popularização da internet até que chegássemos num cenário propício para iniciativas como o PL 2630 no Brasil; o terceiro episódio trata exclusivamente do proposto no PL 2630, suas controvérsias e possíveis consequências; e o quarto e último episódio da série apresenta possíveis alternativas de combate à desinformação para além da formulação de novas leis.

Mapeamento De Fontes e Roteiro De Perguntas

Terminada a estruturação da série e seus episódios, o segundo desafio prático da pré-produção foi mapear possíveis fontes capazes de agregar informações substanciais ao roteiro que tínhamos em mente. Procurei, em especial, autoridades ligadas às áreas de comunicação e direito que já tivessem algum tipo de posicionamento público sobre o PL 2630, ou sobre o tema da desinformação, na esperança (que logo se mostrou acertada) de que essas pessoas topariam com mais facilidade e entusiasmo o meu convite para participar da série.

Após fazer uma longa lista com dezenas de nomes, que iam de professores universitários a deputados federais, fui orientado pelo professor Carlos Eduardo a traçar um roteiro básico de perguntas essenciais que gostaria de responder em cada episódio da minha série e, com base nessas perguntas, nortear os questionamentos que faria às fontes em minha lista, constituindo pautas específicas para cada tipo de informante.

b. Produção

Apuração

Por causa da pandemia de Covid-19, e também pelo fato de a maioria das minhas fontes qualificadas serem de outros estados, o processo de apuração junto às fontes entrevistadas se deu de maneira remota — primeiramente eu enviava um e-mail explicando a produção e convidando a pessoa para participar da série; caso a pessoa aceitasse o convite, combinávamos um horário para uma conversa de 30 minutos, mais ou menos, pelo Google Meet: utilizando meu email institucional (@fac.unb.br) tinha acesso privilegiado aos recursos do Google Workspace e, por conta disso, consegui gravar em tempo real todas as conversas com as fontes que fiz pelo Google Meet. Ao fim das chamadas, a conversa inteira era salva automaticamente no drive do Google, o que facilitou bastante meu trabalho de documentação.

A primeira etapa de conversas e entrevistas durou cerca de um mês, de março a abril de 2021. Como havia conseguido, já nessa primeira etapa de entrevistas, informações substanciais que me permitiram vislumbrar o escopo do projeto contemplado, logo comecei a escrever os roteiros dos episódios nos meses seguintes. Porém, após finalizadas as primeiras versões dos roteiros, numa avaliação geral, o professor Carlos Eduardo me alertou para a necessidade de incluir mais fontes na série para corroborar alguns tópicos específicos que eram citados, mas sem o peso de uma fonte apropriada para esclarecer o assunto.

Em comum acordo com meu orientador, iniciei a segunda fase de apuração que durou de janeiro até março de 2022. Nessa segunda fase de apuração, as conversas com as fontes eram bem mais curtas e pontuais, afinal, com o roteiro já escrito eu sabia exatamente o que precisava extrair de cada fonte — nessa fase, para agilizar o processo de apuração e garantir uma taxa de aceitação maior para participar da série (por experiência, notei que algumas fontes inicialmente aceitavam o convite, mas quanto mais perto da data marcada para a conversa, menos solícitas elas se tornavam, resultando em adiamentos eternos e até cancelamentos de participação), utilizei também o recurso de enviar perguntas por WhatsApp, as quais

eram respondidas em áudio pelas minhas fontes: dessa forma poderiam ser tranquilamente editadas e incluídas no programa.

A escolha de flexibilizar o modus operandi de apuração se mostrou acertada. Por causa disso, tive uma taxa altíssima de participação: quase todas as fontes que eu enviava o convite, por email, topavam de imediato responder minhas perguntas pelo celular, em formato áudio. Acredito que essa metodologia foi fundamental para o meu sucesso em conseguir conversar com tantas fontes diretamente ligadas à discussão do PL 2630 junto ao congresso. Muitas dessas fontes, inclusive, tiveram influência direta na formulação artigos da versão final PL 2630 que foi apresentada pela Câmara dos Deputados em março de 2022.

Ao todo, tive o privilégio de contar com a contribuição generosa de 22 fontes altamente qualificadas que determinaram, direta ou indiretamente, cada detalhe da narrativa apresentada nesta série radiofônica.

Roteirização

Considero escrever os roteiros dos episódios desta série radiofônica a tarefa mais importante (afinal, o roteiro é a alma do programa) e, por isso, mais árdua de todo o projeto. Não à toa, comecei a escrever os roteiros em maio de 2021 e só consegui chegar a um resultado satisfatório, tanto para mim quanto para meu professor orientador, 11 meses depois, em abril deste ano (2022). Porém, faço a ressalva de que, pela dificuldade em conciliar minhas ambições pessoais e profissionais com o término da graduação, nesse período de roteirização pensei várias vezes em desistir do projeto — sentimento que, sem dúvida, colaborou para atrasar a finalização dos roteiros.

Ressalto também que, apesar das dificuldades, já tínhamos praticamente todos os roteiros prontos em janeiro deste ano quando fomos surpreendidos com a notícia de que a câmara havia apresentado um texto substitutivo ao PL 2630, texto este que era drasticamente diferente do original, aprovado no senado — por causa disso, fomos obrigados a mudar também drasticamente os roteiros dos dois últimos episódios da série que tratavam especificamente do PL 2630 e seus desdobramentos, o que também adiou um pouco mais a finalização dos roteiros. Às vésperas da entrega deste projeto, já em março, o texto do PL 2630 foi novamente

alterado pela câmara e, por consequência, novamente tivemos que ajustar os roteiros para que a série pudesse estar atualizada o máximo possível na data de seu lançamento.

De todo modo, não seria exagero dizer que para chegar aos quatro roteiros finais da série, escrevi pelo menos umas cinco versões alternativas para cada um deles. As dificuldades superadas foram várias, dentre as principais (além de superar meu impulso inicial de abandonar a graduação), destaco: o processo de familiarização com a linguagem jornalística de rádio — a qual aprendi com certo custo, tendo em vista que as primeiras versões dos meus roteiros eram mais opinativas (estilo, até então, mais natural para mim) que jornalísticas — e a capacidade de síntese necessária para elucidar tantos aspectos correlatos à pauta principal sem tergiversar ou perder o foco da série — em vários momentos tive que apagar e reescrever parágrafos e mais parágrafos de locução que tinham a ver com o assunto, mas não agregavam à pauta principal do programa.

c. Pós-Produção

Sonoras

Para agilizar a localização dos arquivos de áudio, documentei e armazenei todas as entrevistas e respostas das minhas fontes, na íntegra, no Google Drive do meu e-mail institucional. Como já havia feito, nos roteiros, a divisão básica de qual sonora entraria em cada momento dos episódios — incluindo a minutagem da fala desejada, bastou fazer os cortes necessários, utilizando um programa de edição de áudio, e em pouco tempo consegui separar somente as sonoras de cada episódio em pastas respectivas.

Seguindo orientação do professor Carlos Eduardo, para me adequar à linguagem de áudio radiofônica, me certifiquei de que todas as sonoras utilizadas teriam, em média, 20 segundos de duração e, caso necessário mais que isso, não ultrapassassem os 40 segundos.

Locução

Por causa da pandemia de Covid-19, e também por já ter os equipamentos em casa e familiaridade com operações de captação de áudio, decidi gravar as locuções no meu *home studio* ao invés de agendar um horário no estúdio da FAC.

Como realizei toda a gravação sozinho, em casa, tendo que operar ao mesmo tempo a *DAW* e fazer a locução, demorei, em média, cerca de 2 horas e meia para gravar cada episódio. Apesar dessas gravações terem demorado bem mais do que eu esperava, fiquei bastante satisfeito com o resultado e não me arrependo de ter tomado as rédeas do processo.

Em comum acordo com o professor orientador, a fim de dinamizar mais a locução, decidimos por adicionar uma segunda voz às locuções que atuaria como uma espécie de "*host*" do programa, fazendo as aberturas e fechamentos de cada episódio. Como já tinha um amigo de longa data, David Mesquita, que também tem equipamentos de gravação em casa e já está familiarizado com a linguagem de áudio, ele foi o escolhido para fazer essa segunda voz.

Edição e Montagem

A edição e montagem dos episódios foi, sem dúvida, a parte mais trabalhosa da etapa de pós-produção: transformar locuções e sonoras aparentemente "monótonas" em um podcast informativo com variação de cenários sonoros e elementos de entretenimento exige, no mínimo, criatividade e paciência para testar incontáveis efeitos, músicas, chamadas, backgrounds… até encontrar a combinação mais agradável esteticamente.

As montagens ocorreram ao longo de todo o mês de abril e nesse período pude contar com a ajuda do meu amigo, do universo da música, Estevão Moraes: produtor musical que resolveu se aventurar (com grande sucesso, na minha humilde opinião) na linguagem de áudio e contribuiu com a maior parte dos efeitos técnicos e samples utilizados na montagem; além disso, foi também de grande importância para que eu pudesse "acertar a mão" na mixagem das vozes.

d. Descrição Dos Episódios

Episódio 1 - *Fake News*: Como Tudo Começou - 25’31”

Meu objetivo com o primeiro episódio é introduzir o ouvinte no assunto, apresentando os conceitos básicos do termo “*fake news*” — incluindo a variante mais utilizada cientificamente: “desinformação” — e um panorama geral de como a internet acabou facilitando a disseminação de notícias falsas e trazendo consequências graves até para a imprensa tradicional.

Pergunta fundamental do episódio: o que é fake news e por que essa pauta se tornou relevante?

Episódio 2 - Do Click Ao Voto - 25’53”

A ideia do segundo episódio é traçar uma narrativa histórica a fim de contextualizar para o ouvinte como o assunto da desinformação, que antes não incomodava tanto a classe política, com influência direta da internet nos resultados eleitorais começou a se tornar pauta prioritária no legislativo, despertando várias iniciativas de regulamentação da internet.

Pergunta fundamental do episódio: o que aconteceu para que uma legislação de combate à *fake news* se tornasse uma pauta relevante nos últimos tempos?

Episódio 3 - PL 2630: A Lei Das *Fake News* - 31’34”

O objetivo do terceiro episódio é aprofundar nos artigos e dispositivos do PL 2630 a fim de elucidar problemáticas e aspectos positivos do projeto de lei, além de trazer à tona possíveis consequências imediatas para o cidadão comum caso o projeto seja aprovado com o texto atual.

Pergunta fundamental do episódio: quais são os pontos fortes e fracos do PL 2630 e o que pode acontecer caso ele seja aprovado como está agora?

Episódio 4 - Para Onde Vamos? - 28’41”

O objetivo do quarto e último episódio da série é apresentar considerações finais e tentar responder à pergunta fundamental de toda a série — “quais são os obstáculos e desafios para a criação de uma lei idônea de combate à desinformação

na internet?” — além de apresentar alternativas socioculturais para um futuro com menos desinformação.

Pergunta fundamental do episódio: é realmente possível criar uma legislação para combater a desinformação que seja imparcial, não deixe brechas para utilização discriminatória e não fira os princípios fundamentais de liberdade de expressão e liberdade de imprensa?

7. CRONOGRAMA

- **Fevereiro-Março/2021**

- Desenho de cenário do problema + estruturação da série como um todo;
- Divisão de temas por episódio + estruturação de cada episódio;
- Lista de fontes + roteiro de perguntas.

- **Abril/2021**

- Início da primeira fase de apuração e entrevistas.
- Fim da primeira fase de apuração e entrevistas.

- **Maio/2021 - Abril 2022**

- Roteirização dos episódios (nesse período, tive que reescrever e alterar inúmeras vezes os roteiros até chegar num resultado que agradasse tanto a mim quanto ao meu orientador).

- **Janeiro/2022**

- Início da segunda fase de apuração e entrevistas.

- **Fevereiro/2022**

- Reestruturação dos dois últimos episódios da série por causa da alteração do texto do PL 2630 pela câmara.

- **Março/2022**

- Fim da segunda fase de apuração e entrevistas.

- **Abril/2022**
- Entrega final dos roteiros;
- Edição e montagem dos episódios;
- Memorial do projeto.

- **Maio/2022**
- Apresentação à banca.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sobre o Objeto Jornalístico Deste Projeto

Ao longo dos mais de 12 meses nos quais me propus, em prol deste projeto, a investigar o fenômeno da desinformação e os desafios para combatê-lo de maneira idônea, não faltaram fontes e exemplos que provassem, à revelia do senso comum, o paradoxo intrínseco que é atribuir às instituições do Estado a responsabilidade de definir o que é verdade e o que é mentira sem incorrer em legislações com brechas para possível uso discriminatório.

Não à toa, o PL 2630 — que em seu texto original era uma lei de combate direto à desinformação — teve de sofrer várias alterações, de modo a abrandar seus dispositivos, para seguir tramitando no congresso. Como está hoje (abril de 2022), o texto da "Lei das *Fake News*" é muito mais sobre regulamentação das plataformas provedoras de redes sociais, aplicativos de busca e mensageria instantânea, do que sobre combate à desinformação — o objetivo é traçar diretrizes para a moderação democrática do livre discurso por parte das provedoras de aplicações.

De todo modo, mesmo com as mudanças recentes no texto, o PL 2630 ainda carrega a semente latente de sua versão original no artigo 36:

> Art. 36 Promover ou financiar, pessoalmente ou por meio de terceiros, mediante uso de contas automatizadas e outros meios ou expedientes não fornecidos diretamente pelo provedor de aplicações de internet, disseminação em massa de mensagens que contenha **fato que sabe inverídico** e passíveis de sanção criminal ou sejam capazes de comprometer a higidez do processo eleitoral.
>
> Pena: reclusão, de 1(um) a 3 (três) anos e multa. (BRASIL, 2022)

Ao tipificar como crime a disseminação em massa de “fato que sabe inverídico”, o PL reacende a questão: é apropriado ao estado definir o que é verídico ou essa é uma responsabilidade de cada indivíduo? E mais: supondo que seja esta uma atribuição do estado, quais seriam os critérios legais para discernir fato inverídico de fato verídico?

É sabido que até mesmo verdades consideradas absolutas hoje, podem, com o passar do tempo e por causa de avanços tecnológicos e científicos, ser refutadas no futuro. Aberto este precedente, propostas como o artigo 36 do PL 2630 estariam sujeitas a repetir condenações equivocadas como a de Galileu Galilei, em 1633, por defender o heliocentrismo: modelo considerado completamente falso pelas autoridades da época, mas que hoje é adotado como descrição mais acurada do nosso sistema solar.

Quanto a um conceito legal para “desinformação”, “*fake news*” ou “fato inverídico” (como utilizado no PL 2630), a proposta esbarra no que parece ser o impasse fundamental para a criação de uma lei idônea de combate à desinformação: até hoje, em nenhum país democrático do mundo especialistas e legisladores conseguiram chegar a um consenso para uma definição técnica legal destes termos. No Brasil, a questão também não foi solucionada.

Isso significa que tanto o PL 2630 quanto qualquer outra proposta legislativa de combate à *fake news* que está em pauta atualmente no país, a priori, é incapaz de estabelecer critérios claros e objetivos para determinar o que deve ser considerado, exatamente, uma notícia falsa. Sendo assim, tais propostas subvertem seu propósito original de fortalecer o debate público democrático e consumam-se em inesperadas ferramentas que oficializam interpretações subjetivas como critério válido para condenações judiciais — afinal, se no texto não há uma definição legal do que é o ilícito, caberá às autoridades responsáveis decidirem de acordo com a subjetividade de suas interpretações pessoais.

Concluo que, apesar de apresentar, de fato, enormes avanços para a moderação de conteúdo por parte das provedoras de redes sociais e demais aplicações, quanto ao fenômeno da desinformação — foco único deste projeto experimental — o PL 2630 se contenta em ladear a raiz do problema e remediar, apenas indiretamente, suas ramificações.

Pela descomunal dificuldade, apurada no processo de produção desta série radiofônica, de se chegar a um consenso quanto à tipificação legal de notícia falsa (ou qualquer de seus termos variantes) sem asfixiar a linguagem artística, a sátira, a comédia e demais manifestações não jornalísticas, infere-se que alternativas de combate à desinformação não atreladas a uma legislação — como a promoção de uma educação crítica digital acessível ao cidadão comum — seriam soluções menos comprometedoras, ou arriscadas, para o problema da desinformação.

Sobre o Processo De Produção Da Reportagem

Devo admitir, à la Bukowski, que "tudo começou como um erro" (Bukowski, 2018, p. 2)[10]. Não fosse meu completo desconhecimento dos encargos aos quais teria de me submeter para concluir a produção desta reportagem com a *finesse* que idealizei, teria escolhido um "caminho mais fácil" para meu projeto de conclusão de curso.

Hoje entendo que somente apurar uma reportagem de tamanha densidade, como exige o tema da desinformação, já seria, por si só, um desafio de esmero e paciência (note que paciência, aqui, não é uma palavra ocasional). Com a característica ousadia volitiva do marinheiro de primeira viagem, não satisfeito com os desafios que a própria apuração da pauta me impunham, cometi ainda o atrevimento de escolher a linguagem sonora do rádio para reportar o resultado de minhas investigações — até então, nunca havia apurado uma reportagem jornalística desse porte antes, muito menos produzido conteúdo tão extenso para o rádio; como graduando de Comunicação Organizacional, tais experiências não são obrigatórias.

Em algum momento que não saberei apontar com exatidão, entre a excitação natural do começo e da véspera, me abateu o torpor do meado quando finalmente, num surto de lucidez, percebi que havia dado um passo maior que a perna. Nesse ínterim, releguei o projeto ao limbo e questionei até se deveria mesmo finalizá-lo.

Alguns meses depois retomei os trabalhos, mais por disciplina que por vontade natural, e, surpreendentemente, percebi que estava muito mais fluente na escrita dos roteiros e com uma visão muito mais clara do desenho da série como um

[10] BUKOWSKI, Charles. Cartas na rua. L&PM Pocket, 2018.

todo. Acredito que passar um tempo afastado da reportagem acabou me ajudando a colocar a cabeça no lugar e assimilar melhor as demandas do projeto — logo aceitei com temperamento estóico a lida de encerrar como acerto aquilo que havia começado como um erro.

Os últimos dois meses de produção da reportagem foram, sem dúvida, os mais prazerosos de todo o processo; não necessariamente pela aproximação de seu fim, mas por que consegui pela primeira vez me render de bom grado e pacientemente aos lentos, porém constantes, progressos próprios da atividade.

Não tenho dúvidas de que um novo universo de habilidades e técnicas de comunicação se abriu para mim por causa deste projeto. Certamente, agora, a linguagem sonora do rádio e a reportagem como arte da investigação me parecem instrumentos de comunicação muito mais atraentes, e à minha disposição, que outrora.

No fim das contas, minha maior alegria é ter conseguido materializar, após tantos obstáculos, minha ambição inicial de fazer uma reportagem-análise aprofundada sobre o tema das leis de combate à desinformação em formato de áudio. Para além de qualquer compromisso com a graduação, enxergo neste projeto a semente de uma conversa que, na minha opinião, há muito tem sido adiada no Brasil.

Sobre a Conclusão Do Curso De Comunicação Organizacional

Quando entrei no Curso de Comunicação Organizacional, ainda em 2016, cheguei a me incomodar com sua abordagem generalista da comunicação. Concluo o Curso, no entanto, com a certeza de que é esta mesma sua maior virtude. Nestes quase seis anos como discente de ComOrg, tive a oportunidade de me apaixonar por cada área e faceta distinta do ofício de ser um comunicador, de modo que entenderia como sacrilégio a obrigação de me ater a somente uma delas.

Engana-se (assim como eu me enganei) quem acredita que no generalismo da ComOrg falta domínio das partes. Tal qual não se pode apreender por completo a ação aleatória de uma pessoa qualquer sem conhecer elementos circunjacentes como a cultura e o contexto social em que ela está inserida, por exemplo, apreende-se melhor uma única área da comunicação quando se tem conhecimento

do todo que a constitui, afinal todas a áreas e linguagens da comunicação conversam entre si e influenciam umas às outras.

Dessa forma, registro aqui meu apreço e agradecimento aos professores e alunos do curso de ComOrg, que pavimentaram o caminho pelo qual eu pude me encontrar profissionalmente, com votos de que cada um, exercendo com excelência o ofício do comunicador, não se acanhe em lançar luz nas questões de interesse público mais sérias e urgentes do nosso país.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCOTT, Hunt.; GENTZKOW, Matthew. **Social Media and Fake News in the 2016 Election**. Journal of Economic Perspectives—Volume 31, Number 2—Spring 2017—Pages 211–236, 2017. Disponível em: https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf. Acesso em: 11 de out. 2021.

ABRAJI. **PL das fake news ameaça privacidade e liberdade de expressão**. Publicado em 25 jun. 2020 Disponível em: https://www.abraji.org.br/noticias/pl-das-fake-news-ameaca-privacidade-e-liberdade-de-expressao. Acesso em 25/04/2022

BEZERRA, Arthur Coelho; BRISOLA, Anna. Desinformação e circulação de “fake news”: distinções, diagnóstico e reação. In: **XIX Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (XIX ENANCIB)**. 2018. Disponível em: http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIX_ENANCIB/xixenancib/paper/viewPaper/1219. Acesso em: 28/04/2022.

Brasil está entre os cinco países do mundo que mais usam internet. 26 de abr. 2021. Disponível em: https://www.gov.br/pt-br/noticias/transito-e-transportes/2021/04/brasil-esta-entre-os-cinco-paises-do-mundo-que-mais-usam-internet . Acesso em: 11 de out. 2021.

BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília, DF: Senado Federal, 2020a. Disponível em: https://legis.senado.leg.br/sileg-getter/documento?dm=8110634&ts=1648639813988&disposition=inline. Acesso em 25/04/2022

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 2.630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Câmara dos Deputados, 2020b. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor= 1909983 & filename=PL+2630/2020. Acesso em 25/04/2022

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Substitutivo ao Projeto de Lei nº 2.630, de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Brasília: Câmara dos Deputados, 2022. Disponível em: https://www.camara.leg.br/midias/file/2022/03/fake.pdf. Acesso em 25/04/2022

CARVALHO, Jeziel. Para combater as fake news é preciso identificar os autores, diz Alessandro Vieira**. Rádio Senado**, Brasília-DF, 05 de jun. 2020. Disponível em: https://www12.senado.leg.br/radio/1/conexao-senado/2020/06/05/alessandro-vieira-explica-projeto-de-combate-a-fake-news. Acesso em 18 de out. 2021.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-Verdade:** A Nova Guerra Contra os Fatos em Tempos de Fake News. São Paulo: Faro Editorial, 2018.

DA SILVA GOMES, Wilson; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 33-45, 2019. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p33/41754. Acesso em: 28/04/2022.

DE CARVALHO, Lucas Borges. **A democracia frustrada: fake news, política e liberdade de expressão nas redes sociais**. 2020. Disponível em: https://revista.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/02/ilab.01.revista01_0214-B-arrastado-2.pdf. Acesso em: 28/04/2022.

DERRIDA, Jacques. **História da mentira:** prolegômenos. Estudos avançados, Edusp, v. 10, p. 7-39, 1996.

DISCRIMINATÓRIO. *In*: DICIO, **Dicionário Online de Português**. Porto: 7Graus, 2022. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/discriminatorio/>. Acesso em: 26/04/2022.

Fake News. Cambridge dictionary, 2021. Disponível em: https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/fake-news. Acesso em: 11 out. 2021.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática.** São Paulo: Summus, 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 14, n. 2, 2012. Disponível em: https://seer.ufs.br/index.php/eptic/issue/view/36. Acesso em 25/04/2022.

FERRAZ, Nivaldo. **Reportagem no rádio: realidade brasileira, fundamentação, possibilidades sonoras e jornalísticas a partir da peça radiofônica reportagem**. 2016. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. 2016.

GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 7, n. 3, p. 214-222, 2005. Diponível em: http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6394/3537. Acesso em 27/04/2022.

GUIRADO, Maria Cecília. **Reportagem: a arte da investigação**. São Paulo: Arte & Ciência, 2004.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido: fundamento da Ciência dos Jornais**. Petrópolis: Vozes, 2011.

IDÔNEA. *In*: DICIO, **Dicionário Online de Português**. Porto: 7Graus, 2022. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/idonea/>. Acesso em: 26/04/2022.

ITAGIBA, Gabriel. Fake news e Internet: esquemas, bots e a disputa pela atenção. **ITS. Recuperado de https://beta. itsrio. org/pt/publicacoes/fake-news-internet-esquemas-bots-disputa-atencao**, 2017. Disponível em: https://beta.itsrio.org/wp-content/uploads/2017/04/v2_fake-news-e-internet-bots.pdf. Acesso em: 28/04/2022.

KOHN, Karen; MORAES, CH de. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2007. p. 1-13.

Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Claudia-Moraes-2/publication/238065799_O_impacto_das_novas_tecnologias_na_sociedade_conceitos_e_caracteristicas_da_Sociedade_da_Informacao_e_da_Sociedade_Digital1/links/58f409060f7e9b6f82e7c45c/O-impacto-das-novas-tecnologias-na-sociedade-conceitos-e-caracteristicas-da-Sociedade-da-Informacao-e-da-Sociedade-Digital1.pdf. Acesso em 25/04/2022.

LAGE, Nilson. Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística. **Recuperado de http://nilsonlage. com. br/wp-content/uploads/2017/10/A-reportagem. pdf**, 2001.

LEITE NETO, José Rollemberg. **Liberdade em perigo.** Estadão, São Paulo, 1 de jun. 2020. Disponível em: https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/liberdade-em-perigo/. Acesso em 18 de out. 2021.

LLOSA, Mario Vargas. **A civilização do espetáculo**: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Rio de Janeira: Objetiva, 2013.

MAGNABOSCO, Gislaine Gracia; ROMUALDO, Edson Carlos. Jornalistas versus blogueiros: a legitimação do sujeito da informação e do poder de informar na era da internet. **Entretextos**, v. 10, n. 1, 2010, p. 202-218. Diponível em: https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/entretextos/article/view/5497/5050. Acesso em 27/04/2022.

O perigo das fake News. 2ª Vice Presidência, TJPR, Atualizado há 479 dias. Disponível em: https://www.tjpr.jus.br/noticias-2-vice/-/asset_publisher/sTrhoYRKnlQe/content/o-perigo-das-fake-news/14797?inheritRedirect=false . Acesso em 11 out. 2021.

Pandemia provoca aceleração do consumo de podcasts no Brasil, revela pesquisa. Extra, Porto Alegre. Publicado em 21 jul. 2021. Disponível em: https://extra.globo.com/economia/pandemia-provoca-aceleracao-do-consumo-de-podcasts-no-brasil-revela-pesquisa-25120095.html. Acesso em: 14 out. 2021.

STRECK, Lenio Luiz. **Projeto de lei das fake news é autoritário e institui uma espécie de internet de exceção.** Folha de São Paulo, São Paulo, 24 de jul. 2020. Disponível em:

https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/07/projeto-de-lei-das-fake-news-e-autoritario-e-institui-uma-especie-de-internet-de-excecao.shtml. Acesso em 18 de out. 2021.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. **The spread of true and false news online**. Science, v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, 2018. Disponível em: https://ide.mit.edu/wp-content/uploads/2018/12/2017-IDE-Research-Brief-False-News.pdf . Acesso em: 13 de out. 2021

10. APÊNDICE

Desenho - Proposta de Podcast

Pergunta fundamental da série: quais são os desafios para a regularização da internet como instrumento de combate às fake news?

1º Ep. - Fake News: como tudo começou

Pergunta fundamental do episódio: o que é fake news e por que essa pauta se tornou relevante?

O objetivo deste episódio é introduzir o ouvinte no assunto, apresentando o tema "fake news" e um panorama geral do cenário antecedente às primeiras propostas de legislação da internet como forma de combate à desinformação.

- O que é fake news? (apresentar os conceitos básicos)
- Quem inventou as fake news: quando surgiu?
- Por que as Fake News ganharam tanta relevância no debate político dos últimos anos?
- Fake news sempre tem o objetivo de manipular?
- Como a internet facilitou a disseminação de informações falsas?
- A livre interação nas redes favorece ou prejudica o debate democrático?
- A perda de credibilidade da grande imprensa e dos veículos de mídia tradicionais contribuiu para o fortalecimento de uma indústria de notícias paralela?
- Quais são as dificuldades de responsabilizar/identificar um disseminador de fake news na internet?
- Quais são as consequências das fake news no debate político?

2º Ep. - Cenário do problema

Pergunta fundamental do episódio: o que aconteceu para que decidissem pela legislação de combate às fake news?

Neste episódio, a ideia é contar como a influência direta da internet nos resultados eleitorais despertou várias iniciativas de regulamentação da internet.

- Como surgiram as primeiras iniciativas de leis para regulamentação de fake news?
- Quais foram as motivações para essas propostas?
- Quem pode definir se uma notícia é falsa ou verdadeira?
- Explicar sobre as agências de fact checking.
- Quais seriam os possíveis impactos destas leis?

- É possível regularizar o uso e difusão de informações na internet sem afetar a liberdade de expressão de cada indivíduo?
- Regular a internet seria um retrocesso à liberdade de expressão?
- Defender a liberdade de expressão inclui defender o risco de ofender e ser ofendido?
- Defender a liberdade de expressão inclui defender o risco de transmitir informações equivocadas (falsas)?

3º Ep. - O que está acontecendo no Brasil

Pergunta fundamental do episódio: quais são os pontos fortes e fracos do PL2630 e o que pode acontecer caso ele seja aprovado (com o texto atual)?

Neste episódio, o objetivo é explorar mais detalhadamente a situação do Brasil e o PL2630.

- O que é o PL2630?
- Como foram os debates no congresso sobre o projeto?
- Quais são os perigos de aprovar o PL sem alterações, mantendo-se o texto atual?
- De acordo com a proposta, quem vai decidir o que é fake?
- É possível confiar na imparcialidade das agências e órgãos públicos de checagem de fatos?
- Quais serão as multas/sanções para quem criar notícias falsas?
- As plataformas serão responsabilizadas?
- A pessoa física será responsabilizada?
- Qual a inspiração para o PL 2630? Qual modelo segue?
- Uma medida como essa é muito arriscada para ser aprovada sem um plebiscito ou maior participação popular na discussão?
- Quais os pontos positivos e negativos do PL2630?
- Existem propostas semelhantes que deram certo em outros países?

4º Ep. - Para onde vamos

Pergunta fundamental do episódio: é possível uma legislação para combater fake news que seja de fato imparcial e que não cerceia a liberdade de expressão na internet?

O objetivo do episódio é apresentar as considerações finais e promover algumas alternativas e possibilidades para um futuro com menos desinformação.

- Qual é o pior dos males: excesso de liberdade, facilitando a difusão de fake news, ou o risco de uma regulamentação imperfeita para censurar o conteúdo na internet?
- Uma lei como o PL 2630 favorece ou empobrece o livre debate público?
- Como será o futuro da internet e do Brasil caso essas leis sejam aprovadas como foram propostas? Prós e contras
- Existem outras alternativas para o combate às fake news que não sejam através das leis? Quais?
- Qual é o papel do cidadão comum nessa discussão? O que ele pode fazer?

Roteiro de Questões Gerais

- Pra você, o que é liberdade de expressão?
- Você acredita que todo indivíduo deveria ser capaz de analisar informações e de
- Quais os limites da liberdade de expressão?
- Defender a liberdade de expressão inclui defender o risco de ofender e ser ofendido?
- Defender a liberdade de expressão inclui defender o risco de transmitir informações equivocadas (falsas)?
- Você acredita que mesmo numa democracia possam haver ameaças à liberdade de expressão?
- Como você enxerga a internet nesse cenário: a livre interação nas redes favorece ou prejudica o debate democrático?
- Regular a internet seria um retrocesso à liberdade de expressão?
- Como você enxerga a possibilidade de qualquer pessoa poder atuar como jornalista e criador de conteúdo na internet?
- Por que você acha que a grande imprensa e os veículos de mídia tradicionais perderam tanto espaço e credibilidade para a internet ultimamente?
- Por que as ideias de regularizar o uso da internet ganham cada vez mais adeptos entre a classe política?
- Você acha que é possível regularizar o uso e difusão de informações na internet sem afetar a liberdade de expressão de cada indivíduo? Como?
- Pra você, o que é Fake News e o que define se uma notícia é falsa ou verdadeira?
- Por que você acha que as Fake News ganharam tanta relevância no debate político dos últimos anos?
- Fake news sempre tem o objetivo de manipular?
- Quais são as consequências das fake news para a formação de posicionamento político?
- Quais são as dificuldades de responsabilizar/identificar um disseminador de fake news na internet?
- O estado pode ser um bom “editor” da nação? Como?
- Como você enxerga iniciativas como o PL2630?
- Quem vai decidir o que é fake?
- É possível confiar na imparcialidade das agências e órgãos públicos de checagem de fatos?
- Quais serão as multas/sanções para quem criar notícias falsas?
- As plataformas serão responsabilizadas?
- A pessoa física será responsabilizada?
- Qual a inspiração para o PL 2630? Qual modelo segue?
- Você acha que uma medida como essa é muito arriscada para ser aprovada sem um plebiscito ou maior participação popular na discussão?
- Lei das fake news: benção ou maldição para o cidadão comum?
- Quais os pontos positivos e negativos do PL2630, na sua opinião?
- Conhece outras propostas de legislações para combater fake news no Brasil? Poderia citá-las?
- Qual é o pior dos males: excesso de liberdade, facilitando a difusão de fake news, ou o risco de uma regulamentação imperfeita para censurar o conteúdo na internet?
- Como garantir imparcialidade no julgamento de possíveis notícias falsas?

Roteiros Escritos Dos Episódios

EP 01 - FAKE NEWS: COMO TUDO COMEÇOU

VINHETA - MENTIRA (MANU CHAO)

Manu Chao - Mentira (Official Audio)

ABRE: TODOS OS DIAS, VOCÊ E EU SOMOS BOMBARDEADOS COM UM MILHÃO DE INFORMAÇÕES NA INTERNET.

SÓ NAS REDES SOCIAIS, NESTE EXATO MINUTO, ENQUANTO VOCÊ ME ESCUTA, APROXIMADAMENTE 347 MIL NOVOS STORIES SÃO POSTADOS NO INSTAGRAM, 147 MIL FOTOS SÃO PUBLICADAS NO FACEBOOK E 41 MILHÕES DE MENSAGENS SÃO TROCADAS PELO WHATSAPP.

NÃO DÁ PARA NEGAR: A INTERNET MUDOU A MANEIRA COMO A GENTE CONSOME INFORMAÇÃO, E NÃO SÓ ISSO…

A MANEIRA COMO A GENTE FAZ COMPRAS, COMO A GENTE INTERAGE COM OS AMIGOS, COMO ASSISTIMOS FILMES, PRODUZIMOS ARTE, DESCOBRIMOS COISAS NOVAS… TUDO ISSO MUDOU DRASTICAMENTE COM A INTERNET.

E É CLARO... A POLÍTICA NÃO PODERIA FICAR DE FORA.

A INTERNET ABRIU UMA SÉRIE DE POSSIBILIDADES DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES QUE ACABARAM TRAZENDO CONSEQUÊNCIAS SERÍSSIMAS PARA O DEBATE POLÍTICO.

HOJE, QUALQUER UM COM ACESSO À INTERNET, MESMO QUE NÃO SEJA JORNALISTA PROFISSIONAL, PODE ESCREVER UM TEXTO, DAR A SUA OPINIÃO E DIVULGAR INFORMAÇÕES COM A MESMA APARÊNCIA DAS NOTÍCIAS QUE SÃO OFERECIDAS PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO TRADICIONAIS COMO OS GRANDES JORNAIS, AS RÁDIOS E AS TVS.

ISSO SIGNIFICA QUE VOCÊ, SEUS AMIGOS, SEU VIZINHO, AS PESSOAS QUE VOCÊ CONFIA E ATÉ MESMO AS PESSOAS QUE VOCÊ NÃO CONFIA…

TODOS PODEM COMEÇAR A DIVULGAR INFORMAÇÕES AGORA MESMO DESDE QUE TENHAM ACESSO À INTERNET, UM SMARTPHONE OU UM COMPUTADOR.

A PERGUNTA É: SERÁ QUE ESTAMOS PREPARADOS PARA DISCERNIR ENTRE O QUE É FAKE E O QUE É FATO NO MEIO DESSE BOMBARDEIO DE NOTÍCIAS?

NESTE PODCAST VAMOS INVESTIGAR O FENÔMENO DAS FAKE NEWS NO DEBATE POLÍTICO, SUAS ORIGENS, CONSEQUÊNCIAS E POSSÍVEIS DESDOBRAMENTOS, INCLUINDO PROPOSTAS POLÊMICAS DE LEIS PARA COMBATER A DESINFORMAÇÃO.

----------TÉCNICA DE PASSAGEM----------

NESTE PRIMEIRO EPISÓDIO VAMOS FALAR SOBRE A ORIGEM DA IDEIA DE FAKE NEWS E QUAL FOI O PAPEL DA INTERNET NA POPULARIZAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS.

TÉCNICA - MÚSICA (A DEFINIR)

TEXTO: HOJE EM DIA NÃO TEM COMO FALAR DE INTERNET SEM FALAR DE “FAKE NEWS”.

O TERMO VEM DO INGLÊS E, TRADUZIDO PARA O PORTUGÊS, SIGNIFICA “NOTÍCIA FALSA”.

PARECE UMA DEFINIÇÃO SIMPLES, NÉ?

SE “FAKE NEWS” SÃO NOTÍCIAS FALSAS, ENTÃO QUALQUER UM DE NÓS PODE PENSAR QUE BASTA APENAS VERIFICAR TODAS AS NOTÍCIAS QUE CIRCULAM NA INTERNET, IDENTIFICAR AS QUE NÃO CORRESPONDEM AOS FATOS E PRONTO. PROBLEMA RESOLVIDO.

MAS NÃO É BEM ASSIM…

A QUESTÃO É BEM MAIS COMPLEXA DO QUE PARECE.

TALVEZ AQUI POSSA TER UM TÉCNICA QUE VALORIZE A PERGUNTA E A REFLEXÃO!!!!!

DEFINIR O QUE É FATO E O QUE NÃO É, NÃO PODE SE TRATAR JAMAIS DE UMA INTERPRETAÇÃO PESSOAL DE ALGO… TODO MUNDO TEM DIREITO A TER SUAS CRENÇAS E OPINIÕES, MAS QUANDO O ASSUNTO É INFORMAR AS PESSOAS, SÓ DEVERIA EXISTIR UMA VERSÃO… O QUE ACONTECEU DE FATO NA REALIDADE.

PARA CONSEGUIR DEFINIR O QUE É VERDADEIRO NESSE MAR DE INFORMAÇÕES, OU SEJA, ALGO QUE REALMENTE

ACONTECEU, DE UMA INFORMAÇÃO INVENTADA E MENTIROSA. É PRECISO ESTABELECER CRITÉRIOS CLAROS E UNIVERSAIS DE VERIFICAÇÃO PARA ELIMINAR DE UMA VEZ POR TODAS OU AO MENOS DIMINUIR MUITO A INFLUÊNCIA DA INTERPRETAÇÃO PESSOAL.

POIS É... A QUESTÃO É... ESSES CRITÉRIOS SIMPLESMENTE NÃO EXISTEM AINDA.

técnica ambiental/sonora indicando a circulação de informações digitais

APESAR DE O TERMO TER UM SIGNIFICADO CLARO PARA O ENTENDIMENTO POPULAR, ATÉ HOJE NÃO EXISTE UMA DEFINIÇÃO TÉCNICA LEGAL DO QUE É FAKE NEWS E O QUE NÃO É.

ISSO SIGNIFICA TAMBÉM QUE NÃO EXISTE UMA LEI OU REGRA QUE ESTABELEÇA "POR A + B" COMO DEFINIR SE UMA NOTÍCIA PODE SER CONSIDERADA FAKE NEWS OU NÃO.

CADA UM TEM SUAS OPINIÕES E CRITÉRIOS. MAS AINDA NÃO EXISTE UM CONSENSO ENTRE OS ESPECIALISTAS EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, JORNALISTAS E, PRINCIPALMENTE, LEGISLADORES.

É POR ISSO QUE QUANDO SE FALA EM COMBATER FAKE NEWS, APESAR DE PARECER UMA TAREFA SIMPLES, NA VERDADE É UM ASSUNTO MUITO MAIS COMPLICADO DO QUE PARECE, E QUE TRAZ CONSEQUÊNCIAS DIRETAS PARA O DIA A DIAS DAS PESSOAS.

CAIO MACHADO, ATUAL DIRETOR DO INSTITUTO VERO, UM INSTITUTO DE PESQUISA VOLTADO PARA COMBATER A DESINFORMAÇÃO, DEFENDE QUE EXISTE UMA CONFUSÃO QUANTO AO SIGNIFICADO DO TERMO E, POR CAUSA DISSO, MUITAS VEZES O QUE É TRATADO COMO FAKE NEWS PODE SER ATÉ ENQUADRADO, NA VERDADE, COMO OUTROS TIPOS DE CRIMES, COMO CALÚNIA E DIFAMAÇÃO.

SONORA EP1 - Áudio 1.mp3

TEXTO A JORNALISTA **KATIA BREMBATTI**, UMA DAS DIRETORAS DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISMO INVESTIGATIVOS, EXPÕE O QUE PARA ELA SÃO CONTRADIÇÕES NO PRÓPRIO SIGNIFICADO DO TERMO "FAKE NEWS".

SEGUNDO A JORNALISTA, SE ALGO É FALSO, NÃO PODE SER CONSIDERADO NOTÍCIA. LOGO, O TERMO NOTÍCIA FALSA NÃO DEVERIA EXISTIR.

SONORA EP1 - Áudio 2.mp3

TEXTO **JÉSSICA GUEDES**, ADVOGADA E PESQUISADORA NO LEGAL GROUNDS INSTITUTE, UM INSTITUTO VOLTADO À PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS, EXPLICA QUE O TERMO DESINFORMAÇÃO ACABA SENDO MAIS CLARO E OBJETIVO PARA CONTEXTUALIZAR O PROBLEMA DAS FAKE NEWS DO QUE O PRÓPRIO TERMO FAKE NEWS.

SONORA EP1 - Áudio 3.mp3

TEXTO É IMPORTANTE LEMBRAR QUE NOTÍCIAS DISTORCIDAS E DESINFORMAÇÃO NÃO SÃO UM FENÔMENO NOVO, ALIÁS, A MENTIRA JÁ FAZ PARTE DA NATUREZA HUMANA HÁ MUITO TEMPO. COMO AFIRMA **MARCOS NAPOLITANO**, HISTORIADOR E PROFESSOR DE HISTÓRIA SOCIAL NA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, NÃO É DE HOJE QUE PERSONAGENS IMPORTANTES E AUTORIDADES POUCO ÉTICAS UTILIZAM A DESINFORMAÇÃO COMO FORMA DE MANIPULAR A OPINIÃO DAS PESSOAS PARA SATISFAZER INTERESSES POLÍTICOS OU ECONÔMICOS.

SONORA EP1 - Áudio 4.mp3

TEXTO: UM DOS CASOS DOCUMENTADOS MAIS CONTEMPORÂNEOS DE FALSIFICAÇÃO PROPOSITAL DE INFORMAÇÕES COM O OBJETIVO DE MANIPULAR A OPINIÃO DO POVO VEM DA ANTIGA UNIÃO SOVIÉTICA.

TALVEZ AQUI POSSA TER UM TÉCNICA QUE APRESENTA O CENÁRIO SONORO DAS MARCHAS SOVIÉTICAS...AJUDA A QUEBRAR O TEXTO E DAR "LEVEZA"...

NOS ANOS 1930, SOB REGIME COMUNISTA DE JOSEPH STALIN, OS LÍDERES DO PARTIDO DECIDIRAM QUE O POVO SOVIÉTICO

NÃO PRECISAVA CONHECER SUA HISTÓRIA PARA ALÉM DOS ACONTECIMENTOS QUE FAVORECIAM A IMAGEM DO GOVERNO.

FOTOS, LIVROS, JORNAIS… TUDO FOI REESCRITO, REEDITADO OU ATÉ MESMO QUEIMADO PARA SEMPRE.

ELES SIMPLESMENTE APAGARAM UMA PARTE DOS REGISTROS HISTÓRICOS DO PAÍS, DEIXANDO DE FORA A EXISTÊNCIA DE OPOSITORES E CRÍTICOS DO REGIME NA ÉPOCA.

TÉCNICA COM O ÁUDIO DO HINO AMERICANO

MAS NÃO PENSE QUE ESSE TIPO DE MANIPULAÇÃO SÓ ACONTECEU EM REGIMES DITATORIAIS COMO A ANTIGA UNIÃO SOVIÉTICA.

EM 1971 NOS ESTADOS UNIDOS, CONSIDERADO POR MUITOS O MAIOR EXEMPLO DE DEMOCRACIA DO MUNDO MODERNO, O FAMOSO JORNAL “THE NEW YORK TIMES” REVELOU UM DOS MAIORES CASOS DE PROPAGAÇÃO DE INFORMAÇÕES FALSAS POR UM GOVERNO DEMOCRÁTICO DE QUE SE TEM NOTÍCIA ATÉ HOJE.

VALE A PENA PROCURAR UM ÁUDIO DE ALGUM DISCURSO DELES!!!!

Lyndon Johnson - Report on the Gulf of Tonkin Incident 0:17 - 0:42

O JORNAL PUBLICOU ARQUIVOS ULTRASSECRETOS DO GOVERNO SOBRE A GUERRA NO VIETNÃ. ESSES DOCUMENTOS, QUE DEPOIS FICARAM CONHECIDOS COMO “PAPÉIS DO PENTÁGONO”, FORAM OBTIDOS DE MANEIRA CLANDESTINA POR UM FUNCIONÁRIO DO PRÓPRIO PENTÁGONO NA ÉPOCA.

OS DOCUMENTOS PROVAVAM QUE O GOVERNO AMERICANO, INCLUINDO OS PRESIDENTES DA ÉPOCA: RICHARD NIXON E LYNDON JOHNSON, E O SECRETÁRIO DE SEGURANÇA, ROBERT MCNAMARA, NÃO SÓ ESTAVAM CIENTES DO FRACASSO DAS TROPAS AMERICANAS NO VIETNÃ COMO

AINDA DECIDIRAM EXPANDIR SUAS AÇÕES DE GUERRA ÀS CUSTAS DE MILHARES DE VIDAS E GASTOS PÚBLICOS.

TALVEZ AQUI POSSA TER UM TÉCNICA COM AMBIENTAÇÕES DA GUERRA DO VIETNÃ...

ENQUANTO JOVENS NORTE-AMERICANOS MORRIAM NOS CAMPOS DE BATALHA DO VIETNÃ, EM SOLO AMERICANO O GOVERNO MENTIA PARA O POVO, E ATÉ PARA O PRÓPRIO CONGRESSO, DIZENDO QUE NÃO HAVERIA EXPANSÃO DE INVESTIMENTOS NA GUERRA E QUE TANTO A VITÓRIA QUANTO O FIM DO CONFLITO ESTAVAM PRÓXIMOS.

POIS É… ESSES SÃO SÓ ALGUNS DOS EXEMPLOS QUE NOS MOSTRAM QUE AS NOTÍCIAS FALSAS NÃO SÃO UM FENÔMENO NOVO.

A PERGUNTA-CHAVE É: POR QUE ENTÃO SÓ AGORA O ASSUNTO COMEÇOU A INCOMODAR DE FATO TANTA GENTE?

E AÍ QUE ENTRA A INTERNET.

PARA O HISTORIADOR E JORNALISTA **BRUNO LEAL**, IDEALIZADOR E FUNDADOR DO PORTAL DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA “CAFÉ HISTÓRIA”, OS AVANÇOS TECNOLÓGICOS ACABARAM FACILITANDO A PRODUÇÃO DE FAKE NEWS E DIFICULTANDO A SUA IDENTIFICAÇÃO.

SONORA EP1 - Áudio 5.mp3

TEXTO AS MENTIRAS QUE ANTES ERAM LIMITADAS PELO ESPAÇO, PELA LÍNGUA E PELOS LIMITADOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO DA ÉPOCA, HOJE SE ESPALHAM PELO MUNDO INTEIRO EM QUANTIDADES ABSURDAS E EM QUESTÃO DE SEGUNDOS... BASTA ALGUNS CLICKS.

FOI A INTERNET QUE DEU PROPORÇÕES GIGANTESCAS PARA ESSE FENÔMENO.

ROGÉRIO CHRISTOFOLETTI, PROFESSOR DE JORNALISMO NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA E DIRETOR DO OBSERVATÓRIO DA ÉTICA JORNALÍSTICA, CONSIDERA QUE AS REDES SOCIAIS E OS APLICATIVOS DE MENSAGENS

INSTANTÂNEAS SÃO OS PRINCIPAIS RESPONSÁVEIS POR DAR ESSA DIMENSÃO TÃO GRANDE E DE MANEIRA TÃO RÁPIDA AO ALCANCE DAS NOTÍCIAS FALSAS..

SONORA EP1 - Áudio 6.mp3

TEXTO ANTES DA INTERNET, AS ÚNICAS OPÇÕES PARA AS PESSOAS SE MANTEREM INFORMADAS ERAM OS JORNAIS E REVISTAS, A TELEVISÃO E O RÁDIO.

E SÓ.

O QUE NÃO APARECIA NOS JORNAIS, NA TELEVISÃO OU NO RÁDIO SIMPLESMENTE NÃO VIRAVA NOTÍCIA.

O CIDADÃO COMUM NÃO TINHA TANTAS OPORTUNIDADES COMO HOJE DE SUGERIR OU INFLUENCIAR DIRETAMENTE O QUE DEVERIA SER MATÉRIA NOS JORNAIS.

MUITO MENOS DE PRODUZIR INFORMAÇÃO DE MANEIRA INDEPENDENTE.

TÉCNICA DO TIPO "REPÓRTER ESSO"...

NAQUELA ÉPOCA, SE ALGUÉM QUISESSE DIVULGAR PARA O BRASIL INTEIRO ALGUMA NOTÍCIA BOMBÁSTICA QUE TESTEMUNHOU, A ÚNICA OPÇÃO ERA CONVENCER ALGUM VEÍCULO DE MÍDIA TRADICIONAL A FAZER UMA MATÉRIA COM VOCÊ.

SE O JORNAL NÃO SE INTERESSASSE O SUFICIENTE PELO QUE VOCÊ TINHA A DIZER, NÃO HAVIA NOTÍCIA.

AQUELA NOTÍCIA QUE VOCÊ QUERIA TANTO DIVULGAR PARA OUTRAS PESSOAS MORRERIA COM VOCÊ.

COM A CHEGADA DA INTERNET, O CIDADÃO COMUM DEIXOU DE DEPENDER ÚNICA E EXCLUSIVAMENTE DA MÍDIA TRADICIONAL PARA COMPARTILHAR E CONSUMIR ASSUNTOS DE SEU INTERESSE.

OS GRANDES VEÍCULOS DE MÍDIA QUE ANTES DITAVAM SOZINHOS TUDO O QUE PODERIA SER NOTÍCIA E O QUE NÃO PODERIA, PASSARAM A CONCORRER COM A PLURALIDADE DA INTERNET, ONDE QUEM DITA AS REGRAS É O CONSUMIDOR, OU SEJA: VOCÊ E EU.

técnica sonora com sons de operação de maquinário, teclado ou outros elementos

DIFERENTE DOS GRANDES JORNAIS, NAS PLATAFORMAS ONLINE OS LIMITES E REGRAS PARA A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO SÃO BEM MENOS RESTRITIVOS.

ASSUNTOS CONSIDERADOS TABU OU ATÉ MESMO IMPRÓPRIOS PELOS GRANDES VEÍCULOS DE MÍDIA PODEM SER DISCUTIDOS ABERTAMENTE NAS REDES SOCIAIS E NA INTERNET.

ESSA ABERTURA E FACILIDADE EXPLICA PARTE DO ENORME SUCESSO DA INTERNET COMO PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÃO DO CIDADÃO BRASILEIRO ATUALMENTE.

A INTERNET SE TORNOU O LUGAR ONDE VOCÊ ENCONTRA TUDO O QUE VOCÊ QUISER.

TUDO ISSO POR CAUSA DA FACILIDADE EM CRIAR E DIVULGAR, ARTIGOS, MATÉRIAS, VÍDEOS, PROGRAMAS DE ÁUDIO…ENFIM, OS MAIS DIVERSOS TIPOS DE CONTEÚDO.

CADA USUÁRIO SE TRANSFORMOU EM UM POTENCIAL DIVULGADOR DE FATOS, ACONTECIMENTOS E OPINIÕES.

LITERALMENTE QUALQUER CIDADÃO COM ACESSO À REDE PODE COMPARTILHAR SUA OPINIÃO SOBRE UM ASSUNTO E SUBMETÊ-LA AO JULGAMENTO DOS OUTROS USUÁRIOS ONLINE.

NÃO PRECISA TER EXPERIÊNCIA ALGUMA OU FORMAÇÃO PROFISSIONAL EM JORNALISMO OU QUALQUER TIPO DE CREDENCIAL PARA ISSO.

ESSA FACILIDADE DE PRODUZIR E DIVULGAR INFORMAÇÃO, AO MESMO TEMPO QUE ABRIU ENORMES POSSIBILIDADES

PARA A PARTICIPAÇÃO DIRETA DAS PESSOAS NO DEBATE PÚBLICO, TAMBÉM ACABOU ABRINDO ESPAÇO PARA O OPORTUNISMO DAS NOTÍCIAS FALSAS..

A PREMIADA JORNALISTA INVESTIGATIVA, **KATIA BREMBATTI**, EXPLICA COMO ESSA NOVA DINÂMICA DE CIRCULAÇÃO DE INFORMAÇÃO NA INTERNET SE BASEIA NA CREDIBILIDADE DE QUEM REPASSOU A NOTÍCIA, NÃO NECESSARIAMENTE DE QUEM PRODUZIU, TORNANDO MAIS FÁCIL A DISSEMINAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO.

SONORA EP1 - Áudio 7.mp3

TEXTO PARA O PROFESSOR DO DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, **BRUNO LEAL**, OUTRO FATOR DECISIVO PARA O BOOM DAS FAKE NEWS FOI O FATO DE A INTERNET TER MUDADO COMPLETAMENTE OS PARÂMETROS DE AUTORIDADE E CREDIBILIDADE DE UMA NOTÍCIA, QUE HOJE DEPENDEM MUITO MAIS DA QUANTIDADE DE LIKES, COMENTÁRIOS E COMPARTILHAMENTOS DO QUE DA QUALIDADE DE SEU CONTEÚDO.

SONORA EP1 - Áudio 8.mp3

TEXTO NA MANEIRA ANTIGA DE SE INFORMAR PELA MÍDIA TRADICIONAL, QUE É O JORNAL IMPRESSO, A REVISTA, A TV E O RÁDIO, A NOTÍCIA PASSA POR UM PROCESSO DE PRODUÇÃO PROFISSIONAL AMPARADO EM INDICADORES ÉTICOS E COM NORMAS CLARAS ESTABELECIDAS PELOS CÓDIGOS DE ÉTICA JORNALÍSTICA ESTABELECIDOS PELAS EMPRESAS E PELOS PROFISSIONAIS DE IMPRENSA.

ISSO SIGNIFICA QUE CASO COMETAM EQUÍVOCOS E DIVULGUEM NOTÍCIAS FALSAS, OS GRANDES VEÍCULOS DE MÍDIA E OS JORNALISTAS QUE PROPAGARAM TAIS INFORMAÇÕES PODEM SER IDENTIFICADOS, PROCESSADOS E DESMENTIDOS.

O MESMO NÃO ACONTECE NA INTERNET.

MUITO PELO CONTRÁRIO.

POR SER UMA PLATAFORMA ALTAMENTE DESCENTRALIZADA, NA QUAL UMA MESMA INFORMAÇÃO PODE SER ACESSADA E COMPARTILHADA SIMULTANEAMENTE POR MILHÕES DE PESSOAS...

CASO HAJA FAKE NEWS, É PRATICAMENTE IMPOSSÍVEL RASTREAR QUEM COMEÇOU A HISTÓRIA TODA E QUEM SÃO OS RESPONSÁVEIS POR PROMOVER A DESINFORMAÇÃO.

KATIA BREMBATTI, DIRETORA DA ABRAJI, , EXPLICA QUE OS GRANDES VEÍCULOS DE MÍDIA PODEM ERRAR SIM, MAS A PRINCIPAL DIFERENÇA É QUE NORMALMENTE NÃO HÁ INTENÇÃO DE MANIPULAR A OPINIÃO DAS PESSOAS COM O ERRO, ENQUANTO NA INTERNET, O OBJETIVO DA DESINFORMAÇÃO É EXCLUSIVAMENTE O DE MANIPULAR.

SONORA EP1 - Áudio 9.mp3

TEXTO É INTERESSANTE NOTAR QUE O CRESCIMENTO DE POPULARIDADE DA INTERNET COMO PLATAFORMA PREFERIDA DO CIDADÃO COMUM PARA SE INFORMAR GANHOU MAIORES PROPORÇÕES À MEDIDA QUE A CONFIANÇA EM RELAÇÃO A MÍDIA TRADICIONAL DIMINUÍA.

UMA PESQUISA DE 2020, REALIZADA PELA DIVISÃO DE PESQUISAS DO JORNAL PODER 360, CONSTATOU QUE 61% DOS ENTREVISTADOS ACREDITAVAM QUE AS INFORMAÇÕES DIVULGADAS PELA IMPRENSA ERAM MAIS OU MENOS CONFIÁVEIS, ENQUANTO APENAS 16% CONSIDERARAM A IMPRENSA BRASILEIRA COMO MUITO CONFIÁVEL.

ROGÉRIO CHRISTOFOLETTI, DIRETOR DO OBSERVATÓRIO DA ÉTICA JORNALÍSTICA, EXPLICA SOBRE COMO A CRISE DO JORNALISMO TRADICIONAL E A POPULARIZAÇÃO DOS "JORNALISTAS DE INTERNET" ALTEROU PROFUNDAMENTE AS DINÂMICAS DE PODER DENTRO DA INDÚSTRIA DA INFORMAÇÃO.

SONORA EP1 - Áudio 10.mp3

TEXTO UMA DAS POSSÍVEIS EXPLICAÇÕES PARA A PERDA DE PROTAGONISMO DO JORNALISMO TRADICIONAL É O FATO DE QUE OS JORNALISTAS NOS GRANDES VEÍCULOS DE MÍDIA TÊM SUA LIBERDADE LIMITADA, MESMO QUE INDIRETAMENTE.

TÉCNICA - TENSÃO/MISTÉRIO...

ALÉM DA PRÓPRIA ATIVIDADE DE PRODUZIR INFORMAÇÃO, O JORNALISTA PRECISA CONCILIAR SUAS ATIVIDADES COM AS AMBIÇÕES DOS DIRETORES DA EMPRESA EM QUE TRABALHA E DOS PATROCINADORES, QUE TÊM SEMPRE A PREOCUPAÇÃO EM PRESERVAR UMA IMAGEM PÚBLICA DE SERIEDADE E CREDIBILIDADE.

POR EXEMPLO, UM JORNALISTA QUE TRABALHA NUM GRANDE JORNAL PODE IDENTIFICAR UMA POSSIBILIDADE DE MATÉRIA SOBRE ALGUM ACONTECIMENTO POLÍTICO OU CULTURAL QUE PARA ELE É MUITO IMPORTANTE E DE INTERESSE DAS PESSOAS, MAS PARA OS DIRETORES DA EMPRESA ESSE ASSUNTO PODE NÃO SER TÃO IMPORTANTE ASSIM OU SER MUITO ESPINHOSO.

NESSA PERSPECTIVA, MESMO QUE OS DIRETORES APROVEM A MATÉRIA, PODE SER QUE OS ANUNCIANTES OU ATÉ MESMO OS PROPRIETÁRIOS DO JORNAL NÃO FIQUEM SATISFEITOS COM O DIRECIONAMENTO DO CONTEÚDO POR MOTIVOS IDEOLÓGICOS, POLÍTICOS, OU ATÉ MESMO POR

INTERESSES COMERCIAIS,E POR CAUSA DISSO, ACABEM SOLICITANDO QUE A MATÉRIA NÃO SEJA PUBLICADA.

ESSA DINÂMICA DE TENTAR EQUILIBRAR OS INTERESSES DOS JORNALISTAS, DOS DIRETORES DA EMPRESA E DOS PATROCINADORES É COMUM E ACONTECE A TODO MOMENTO NAS GRANDES EMPRESAS DE MÍDIA.

É POR ISSO QUE A JORNALISTA DO CORREIO BRAZILIENSE **ANA ISABEL MANSUR** ACREDITA QUE PARA QUE TENHAMOS UMA IMPRENSA VERDADEIRAMENTE LIVRE, É IMPORTANTÍSSIMO DISCUTIRMOS NOVOS MEIOS DE FINANCIAMENTO PARA O JORNALISMO E CONSIDERARMOS INCLUSIVE SOLUÇÕES POLÊMICAS COMO UMA IMPRENSA SUSTENTADA POR VERBA ESTATAL.

SONORA EP1 - Áudio 11.mp3

TEXTO NA INTERNET, ESSE CONFLITO DE INTERESSES É QUASE INEXISTENTE PORQUE A ENORME MAIORIA DOS DIVULGADORES INDEPENDENTES DE NOTÍCIAS NÃO TÊM UM CHEFE PARA DIZER O QUE ELES PODEM OU NÃO FAZER, MUITO MENOS UM PATROCINADOR.

ALIÁS, A GRANDE MAIORIA DESSES DIVULGADORES INDEPENDENTES DE NOTÍCIAS NÃO TEM FORMAÇÃO EM JORNALISMO E, POR ISSO, GERALMENTE NÃO SEGUEM OS PADRÕES ÉTICOS NORMAIS DA PROFISSÃO.

POR CAUSA DESSA LIBERDADE QUE A INTERNET PERMITE, AS INFORMAÇÕES DIVULGADAS NA PLATAFORMA ONLINE SÃO DIVERSIFICADAS E APRESENTAM MUITO MAIS PERSPECTIVAS SOBRE UM MESMO ACONTECIMENTO DO QUE NA MÍDIA TRADICIONAL.

TÉCNICA - TRANSIÇÃO

QUANTO MAIS ACESSO À INFORMAÇÃO AS PESSOAS TÊM NA INTERNET, MAIS FICA EVIDENTE QUE ATÉ MESMO PELA PRÓPRIA LIMITAÇÃO NUMÉRICA, OS GRANDES JORNAIS NÃO SÃO CAPAZES DE APRESENTAR TANTAS PERSPECTIVAS DIFERENTES COMO NAS PLATAFORMAS ONLINE, ONDE COM POUCOS CLIQUES É POSSÍVEL ENCONTRAR INÚMEROS VÍDEOS, TEORIAS E ARGUMENTAÇÕES SOBRE UM MESMO ACONTECIMENTO... TUDO PRODUZIDO E DIVULGADO POTENCIALMENTE POR MILHARES DE FONTES DIFERENTES.

A MAIORIA DESSAS FONTES, INCLUSIVE, NÃO SÃO OFICIAIS. O QUE AUMENTA MAIS AINDA A NECESSIDADE DE CHECAGEM DA NOTÍCIA PELO PRÓPRIO CONSUMIDOR DA INFORMAÇÃO.

MESMO ASSIM, A INTERNET GANHOU CADA VEZ MAIS AUDIÊNCIA E MUITAS PESSOAS TROCARAM A TV PELA INTERNET COMO PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÃO, PRINCIPALMENTE QUANDO O ASSUNTO É POLÍTICA.

NA 6ª EDIÇÃO DA PESQUISA FÓRUM, REALIZADA EM OUTUBRO DE 2020 PELA REVISTA FÓRUM, O LEVANTAMENTO REVELOU QUE 50,1% DOS BRASILEIROS UTILIZAM A INTERNET PARA SE INFORMAR SOBRE POLÍTICA. O QUE INCLUI TANTO REDES SOCIAIS, COMO FACEBOOK, TWITTER E WHATSAPP, COMO TAMBÉM SITES DE NOTÍCIA.

DE ACORDO COM A PESQUISA, A TELEVISÃO FICOU ATRÁS DA INTERNET, EM SEGUNDO LUGAR, COMO MEIO MAIS UTILIZADO NO BRASIL QUANDO O ASSUNTO É POLÍTICA. 40,4% DOS ENTREVISTADOS DISSERAM PREFERIR A TV PARA SE INFORMAR.

MUITO DESSA PREFERÊNCIA PELA INTERNET SE DEVE AO FATO DE QUE É MUITO MAIS FÁCIL ENCONTRAR ONLINE ALGUM CONTEÚDO QUE TE AGRADE E CORRESPONDA AOS SEUS ANSEIOS DE VIDA E DE PERSPECTIVA, JÁ QUE EXISTEM MILHARES DE PESSOAS, DAS MAIS VARIADAS ORIENTAÇÕES POLÍTICAS E IDEOLÓGICAS, PRODUZINDO INFORMAÇÃO NESSE AMBIENTE. JÁ NA GRANDE MÍDIA TRADICIONAL, EXISTEM SOMENTE ALGUMAS DEZENAS DE GRANDES EMPRESAS QUE OFERECEM AS SUAS PERSPECTIVAS, A DIFERENÇA É ENORME.

PARA A JORNALISTA DO CORREIO BRAZILIENSE **ANA ISABEL MANSUR**, FALTA AUTOCRÍTICA POR PARTE DA IMPRENSA TRADICIONAL PARA RESGATAR A CONFIANÇA E A ATENÇÃO POPULAR.

SONORA EP1 - Áudio 12.mp3

TÉCNICA: ENCERRAMENTO

FECHA NESSE EPISÓDIO VOCÊ VIU COMO A INTERNET ACABOU GANHANDO POPULARIDADE E FAZENDO FRENTE AOS

VEÍCULOS DE MÍDIA TRADICIONAL COMO UMA DAS PLATAFORMAS PREFERIDAS DO BRASILEIRO PARA CONSUMIR INFORMAÇÃO…

E COMO A LIBERDADE EXTREMA NOS AMBIENTES ONLINE, FACILITADA PELAS NOVAS TECNOLOGIAS, IMPULSIONOU A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO SEM O DEVIDO CUIDADO E CHECAGEM DAS INFORMAÇÕES…

EM MEIO A CRISE DE CONFIANÇA DAS PESSOAS EM RELAÇÃO À MÍDIA TRADICIONAL E COM CADA VEZ MAIS ADEPTOS, NÃO DEMOROU MUITO ATÉ QUE A INTERNET COMEÇASSE A INTERFERIR DIRETAMENTE NOS RESULTADOS ELEITORAIS.

NO PRÓXIMO EPISÓDIO VAMOS FALAR SOBRE COMO PARTIDOS POLÍTICOS E MARQUETEIROS COMEÇARAM A PERCEBER A INFLUÊNCIA DA INTERNET NO DIA A DIA DAS PESSOAS E PASSARAM A INVESTIR DE MANEIRA PESADA EM CONTEÚDOS DIGITAIS A FIM DE GANHAR MAIS ELEITORES E ADEPTOS ÀS SUAS CAUSAS, CU LMINANDO EM RECENTES VITÓRIAS HISTÓRICAS NAS URNAS.

ATÉ A PRÓXIMA.

VINHETA - MENTIRA (MANU CHAO)

Manu Chao - Mentira (Official Audio)

EP 02 - DO CLICK AO VOTO

VINHETA - (A DEFINIR)

ABRE: TODOS OS DIAS, VOCÊ E EU SOMOS BOMBARDEADOS COM UM MILHÃO DE INFORMAÇÕES NA INTERNET.

SÓ NAS REDES SOCIAIS, NESTE EXATO MINUTO, ENQUANTO VOCÊ ME ESCUTA, APROXIMADAMENTE 347 MIL NOVOS STORIES SÃO POSTADOS NO INSTAGRAM, 147 MIL FOTOS SÃO PUBLICADAS NO FACEBOOK E 41 MILHÕES DE MENSAGENS SÃO TROCADAS PELO WHATSAPP.

NÃO DÁ PARA NEGAR: A INTERNET MUDOU A MANEIRA COMO A GENTE CONSOME INFORMAÇÃO, E NÃO SÓ ISSO…

A MANEIRA COMO A GENTE FAZ COMPRAS, COMO A GENTE INTERAGE COM OS AMIGOS, COMO ASSISTIMOS FILMES, PRODUZIMOS ARTE, DESCOBRIMOS COISAS NOVAS… TUDO ISSO MUDOU DRASTICAMENTE COM A INTERNET.

E É CLARO... A POLÍTICA NÃO PODERIA FICAR DE FORA.

A INTERNET ABRIU UMA SÉRIE DE POSSIBILIDADES DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES QUE ACABARAM TRAZENDO CONSEQUÊNCIAS SERÍSSIMAS PARA O DEBATE POLÍTICO.

HOJE, QUALQUER UM COM ACESSO À INTERNET, MESMO QUE NÃO SEJA JORNALISTA PROFISSIONAL, PODE ESCREVER UM TEXTO, DAR A SUA OPINIÃO E DIVULGAR INFORMAÇÕES COM A MESMA APARÊNCIA DAS NOTÍCIAS QUE SÃO OFERECIDAS PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO TRADICIONAIS COMO OS GRANDES JORNAIS, AS RÁDIOS E AS TVS.

ISSO SIGNIFICA QUE VOCÊ, SEUS AMIGOS, SEU VIZINHO, AS PESSOAS QUE VOCÊ CONFIA E ATÉ MESMO AS PESSOAS QUE VOCÊ NÃO CONFIA…

TODOS PODEM COMEÇAR A DIVULGAR INFORMAÇÕES AGORA MESMO DESDE QUE TENHAM ACESSO À INTERNET, UM SMARTPHONE OU UM COMPUTADOR.

A PERGUNTA É: SERÁ QUE ESTAMOS PREPARADOS PARA DISCERNIR ENTRE O QUE É FAKE E O QUE É FATO NO MEIO DESSE BOMBARDEIO DE NOTÍCIAS?

NESTE PODCAST VAMOS INVESTIGAR O FENÔMENO DAS FAKE

NEWS NO DEBATE POLÍTICO, SUAS ORIGENS, CONSEQUÊNCIAS E POSSÍVEIS DESDOBRAMENTOS, INCLUINDO PROPOSTAS POLÊMICAS DE LEIS PARA COMBATER A DESINFORMAÇÃO.

NESTE SEGUNDO EPISÓDIO VAMOS FALAR SOBRE COMO PARTIDOS POLÍTICOS E MARQUETEIROS COMEÇARAM A PERCEBER A INFLUÊNCIA DA INTERNET NO DIA A DIA DAS PESSOAS E PASSARA M A INVESTIR DE MANEIRA PESADA EM CONTEÚDOS DIGITAIS A FIM DE GANHAR MAIS ELEITORES E ADEPTOS ÀS SUAS CAUSAS, CULMINANDO EM VITÓRIAS HISTÓRICAS NAS URNAS.

E TAMBÉM COMO ESSES RESULTADOS GERARAM DIVERSAS INICIATIVAS DE COMBATE ÀS FAKES NEWS E DE REGULAMENTAÇÃO DA INTERNET.

TÉCNICA - MÚSICA TEMA

TEXTO **TÉCNICA: TRANSIÇÃO (para sair da música de abertura e entrar no roteiro)**

A PARTIR DA SEGUNDA DÉCADA DOS ANOS 2000, A INTERNET GANHOU FORÇA E SE TORNOU UM DOS PRINCIPAIS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DE INTERAÇÃO ENTRE AS PESSOAS.

LOGO FORMARAM-SE MILHARES E MILHARES DE COMUNIDADES E GRUPOS ORGANIZADOS PARA DISCUTIR E COMPARTILHAR OPINIÕES SOBRE OS MAIS DIVERSOS ASSUNTOS.

O GRUPO DOS FANÁTICOS POR FUTEBOL, O GRUPO DOS VICIADOS EM SÉRIES E FILMES, O GRUPO DOS VIZINHOS DO BAIRRO… E ASSIM POR DIANTE.

DENTRE ESSAS COMUNIDADES, NÃO FALTOU, É CLARO, AQUELAS DESTINADAS AO DEBATE POLÍTICO.

VIVIAN PERON, PESQUISADORA NA ÁREA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL E CIÊNCIAS POLÍTICAS COM PÓS DOUTORADO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS PELA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, EXPLICA QUE ANTES DE COMEÇAR A SER UTILIZADA PARA FINS POLÍTICOS, A INTERNET PRIMEIRO SE TORNOU UMA FERRAMENTA QUASE QUE ONIPRESENTE NA VIDA SOCIAL.

SONORA EP2 - Áudio 1.mp3

TEXTO GRUPOS DE ESQUERDA, DIREITA, COMUNISTAS, LIBERAIS, CONSERVADORES… CADA UM FORMOU SUA “BOLHA” NA INTERNET A FIM DE ATRAIR MAIS SEGUIDORES E ESPALHAR SUAS IDEOLOGIAS.

APESAR DO CRESCIMENTO CONSTANTE DOS GRUPOS DE DEBATE POLÍTICO NA INTERNET... LÁ BEM NO SEU INÍCIO, POUCAS PESSOAS IMAGINARAM E ACREDITARAM QUE ESSA TROCA DE IDEIAS ONLINE PODERIA RESULTAR EM AÇÕES E COMPORTAMENTOS CONCRETOS FORA DO AMBIENTE DIGITAL.

ATÉ QUE UMA MANIFESTAÇÃO POPULAR HISTÓRICA PROVOU O CONTRÁRIO.

TÉCNICA: SONS DE PROTESTO

EM 2010, NO ORIENTE MÉDIO, MILHARES DE CIDADÃOS FORAM ÀS RUAS PROTESTAR CONTRA GOVERNOS AUTORITÁRIOS NUMA SÉRIE DE MANIFESTAÇÕES QUE FICOU CONHECIDA COMO “A PRIMAVERA ÁRABE”.

EM PAÍSES COMO LÍBANO, EGITO, IÊMEN E SÍRIA, MILHARES DE CIDADÃOS REVOLTADOS COM OS GOVERNOS AUTORITÁRIOS QUE OS COMANDAVAM SE ORGANIZARAM ATRAVÉS DE REDES SOCIAIS COMO O FACEBOOK E FORAM ÀS RUAS PEDIR REFORMAS.

FICOU CLARO QUE SEM A INTERNET NÃO HAVERIA A MOBILIZAÇÃO NECESSÁRIA PARA QUE OS PROTESTOS ACONTECESSEM.

PARA O PESQUISADOR E DOUTOR EM DIREITO CONSTITUCIONAL PELA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, **RUBENS BEÇAK,** A PRIMAVERA ÁRABE FOI O MOMENTO SIGNIFICATIVO QUE PROVOU A EFICÁCIA DA INTERNET COMO FERRAMENTA DE MOBILIZAÇÃO POLÍTICA.

SONORA EP2 - Áudio 2.mp3

TEXTO DEPOIS DA PRIMAVERA ÁRABE, MUITAS OUTRAS MOBILIZAÇÕES SIMILARES COMEÇARAM A OCORRER NO MUNDO TODO.

TÉCNICA: SONS DE PROTESTO OCCUPY WALL STREET

EM 2011, NOS ESTADO UNIDOS, O QUE COMEÇOU COM 150 MANIFESTANTES OCUPANDO O ZUCCOTTI PARK, NO DISTRITO FINANCEIRO DE NOVA YORK, TERMINOU CONHECIDO COMO O MOVIMENTO "OCCUPY WALL STREET". O MOVIMENTO CONTRA DESIGUALDADE SOCIAL E MÁ DISTRIBUIÇÃO DE RENDA GANHOU MILHARES DE ADEPTOS AO LONGO DOS PRIMEIROS MESES E GEROU UMA ONDA DE PROTESTOS SIMILARES EM OUTROS CIDADES DOS ESTADOS UNIDOS E OUTROS CONTINENTES.

TÉCNICA: SONS DE PROTESTO BRASIL EM 2013

EM 2013, NO BRASIL, MANIFESTAÇÕES MODESTAS CONTRA O AUMENTO DE R$ 0,20 CENTAVOS NAS TARIFAS DE TRANSPORTE PÚBLICO EM SÃO PAULO FORAM VIOLENTAMENTE REPRIMIDAS PELA POLÍCIA. AS IMAGENS DA VIOLÊNCIA POLICIAL FORAM COMPARTILHADAS NAS REDES SOCIAIS LEVANTANDO UMA ENORME MOBILIZAÇÃO EM TODO O PAÍS.

EM VÁRIAS CIDADES BRASILEIRAS, MILHARES DE MANIFESTANTES FORAM ÀS RUAS PROTESTAR CONTRA O GOVERNO FEDERAL E A CRISE FINANCEIRA QUE SE INICIAVA NO PAÍS.

TÉCNICA: SONS DE PROTESTO HONG KING

EM 2014, EM HONG KONG, NA CHINA, OUTROS MILHARES DE MANIFESTANTES OCUPARAM O CENTRO DA CIDADE PEDINDO DEMOCRACIA E REFORMAS POLÍTICAS A FIM DE EVITAR O CONTROLE DO PARTIDO COMUNISTA CHINÊS SOBRE AS POLÍTICAS PÚBLICAS DA REGIÃO.

OS MANIFESTANTES PASSARAM A UTILIZAR GUARDA-CHUVAS COMO INSTRUMENTO DE DEFESA CONTRA A REPRESSÃO POLICIAL. O OBJETO ACABOU SE TORNOU SÍMBOLO DAS

MANIFESTAÇÕES HISTÓRICAS E O MOVIMENTO FICOU CONHECIDO COMO A REVOLUÇÃO DOS GUARDA-CHUVAS

TÉCNICA: TRANSIÇÃO- VOLTA AO ROTEIRO

ESSES SÃO SÓ ALGUNS EXEMPLOS DE MANIFESTAÇÕES IMPORTANTÍSSIMAS QUE FORAM ESTIMULADAS E ORGANIZADAS PELA INTERNET.

DEPOIS DESSE PRIMEIRO MOMENTO DE ARTICULAÇÕES AO REDOR DO MUNDO TODO, HOUVE VÁRIAS OUTRAS MANIFESTAÇÕES DO TIPO.

TODAS SEGUIAM O MESMO PADRÃO — AS PESSOAS, INSATISFEITAS COM ALGUM GOVERNO OU POLÍTICA ESPECÍFICA, SE ORGANIZAVAM ATRAVÉS DE REDES SOCIAIS COMO FACEBOOK E TWITTER E IAM ÀS RUAS PARA REIVINDICAR SEUS ANSEIOS E PRESSIONAR SEUS GOVERNANTES.

PARA **LUCIANA PANKE**, PÓS DOUTORA EM COMUNICAÇÃO POLÍTICA PELA UNIVERSIDADE AUTÔNOMA METROPOLITANA DO MÉXICO, TODAS ESSAS MANIFESTAÇÕES POPULARES HISTÓRICAS SE EXPLICAM PELO FATO DE A INTERNET TER CONSEGUIDO ENCURTAR A DISTÂNCIA ENTRE AS PESSOAS, E DAS PESSOAS PARA COM SEUS GOVERNANTES, DE UM MODO QUE NENHUM MEIO DE COMUNICAÇÃO HAVIA FEITO ANTES.

SONORA EP2 - Áudio 3.mp3

TEXTO NO COMEÇO, AS MOBILIZAÇÕES POPULARES EM GRANDE ESCALA ORGANIZADAS NA INTERNET OCORRERAM DE MANEIRA ORGÂNICA. OU SEJA, ERA UMA INICIATIVA DO CIDADÃO COMUM PARA O CIDADÃO COMUM. GERALMENTE NÃO HAVIA INSTITUIÇÕES DE QUALQUER NATUREZA ENVOLVIDAS NESTE TIPO DE MOBILIZAÇÃO ONLINE.

OS PRÓPRIOS MEMBROS E LÍDERES DAS COMUNIDADES DIVULGAVAM AS INFORMAÇÕES DOS EVENTOS E TENTAVAM ESPALHAR CONVITES PARA O MÁXIMO DE PESSOAS QUE CONSEGUISSEM...

MAS NÃO DUROU MUITO TEMPO ATÉ QUE O CARÁTER DESSAS MOBILIZAÇÕES TOMASSE UM RUMO DIFERENTE…

TÉCNICA: TENSÃO

NA INTERNET, PRINCIPALMENTE NAS REDES SOCIAIS, TODO USUÁRIO DEIXA RASTROS.

ISSO QUER DIZER QUE QUANDO EU E VOCÊ CRIAMOS UM PERFIL NO FACEBOOK, POR EXEMPLO, A GENTE DÁ PERMISSÃO AO PRÓPRIO FACEBOOK DE GUARDAR NOSSOS DADOS E INFORMAÇÕES PESSOAIS COMO DATA DE NASCIMENTO, EMAIL, GRUPOS QUE PARTICIPAMOS, PUBLICAÇÕES QUE CURTIMOS, APLICATIVOS QUE USAMOS…. TUDO ISSO FICA ARMAZENADO NOS COMPUTADORES DO FACEBOOK.

PRATICAMENTE TODAS AS REDES SOCIAIS FUNCIONAM DA MESMA MANEIRA.

QUALQUER PESSOA QUE TENHA ACESSO AOS SEUS DADOS PESSOAIS GUARDADOS POR ESSAS EMPRESAS CONSEGUIRIA TRAÇAR UM PERFIL APROXIMADO DA SUA PERSONALIDADE…

GUILHERME BANCI, ENGENHEIRO DE SOFTWARE E TECH LEAD DE STARTUP, AFIRMA QUE AS PROVEDORAS DE REDES SOCIAIS PRECISAM COLETAR DADOS DOS USUÁRIOS PORQUE, AO CONTRÁRIO DO QUE MUITOS PENSAM, ELAS GANHAM DINHEIRO JUSTAMENTE COM A VENDA DESSES DADOS PARA OUTRAS EMPRESAS UTILIZARAM EM SUAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING, NÃO COM O USUÁRIO POR SI SÓ.

SONORA EP2 - Áudio 4.mp3

TEXTO A PRINCÍPIO PODE PARECER MEIO IRRELEVANTE SABER QUE EM ALGUM LUGAR DO MUNDO EXISTEM COMPUTADORES QUE GUARDAM SUAS INFORMAÇÕES PESSOAIS NAS REDES SOCIAIS… AFINAL, QUEM MAIS ALÉM DOS SEUS CONTATOS ESTARIA INTERESSADO EM CONHECER SEUS GOSTO E HÁBITOS, E PARA QUÊ?

É AÍ QUE ENTRAM AS EMPRESAS DE PROPAGANDA.

NADA É MAIS IMPORTANTE PARA O SUCESSO DE UMA CAMPANHA PUBLICITÁRIA DO QUE CONHECER A FUNDO A PERSONALIDADE DO SEU PÚBLICO-ALVO.

ANTES DA INTERNET, AS EMPRESAS DE PROPAGANDA GASTAVAM MILHÕES COM PESQUISAS DE MERCADO PARA CONHECER O CONSUMIDOR E SEUS HÁBITOS. ESSAS PESQUISAS ERAM FEITAS POR TELEFONE, FORMULÁRIOS E ENTREVISTAS. RESUMINDO: DAVA MUITO TRABALHO.

COM A INTERNET, TODO ESSE TRABALHO PARA CONHECER AS OPINIÕES E GOSTOS DO PÚBLICO SE TORNOU FÁCIL. BASTA TER ACESSO AOS MILHARES DE DADOS PESSOAIS ARMAZENADAS NAS REDES SOCIAIS, CRUZAR AS INFORMAÇÕES E PRONTO. O PERFIL DO PÚBLICO-ALVO ESTÁ TRAÇADO.

DEPOIS DOS PRIMEIROS INDÍCIOS DE QUE A INTERNET ERA UMA EFICIENTE FERRAMENTA DE MOBILIZAÇÃO POPULAR COM ALCANCE GLOBAL E ARMAZENAMENTO DE DADOS PESSOAIS....

PARTIDOS POLÍTICOS E MARQUETEIROS PERCEBERAM QUE TAMBÉM PODERIAM FACILMENTE SE APROVEITAR DA PLATAFORMA PARA COLHER DADOS VALIOSOS SOBRE SEUS ELEITORES E UTILIZAR ESSAS INFORMAÇÕES COMO GUIA PARA CAMPANHAS ELEITORAIS MAIS PERSUASIVAS.

LOGO SURGIRAM EMPRESAS MULTINACIONAIS ESPECIALIZADAS EM FORMULAR ESTRATÉGIAS PARA CAMPANHAS ELEITORAIS COM BASE NOS RASTROS DIGITAIS QUE AS PESSOAS DEIXAM NAS REDES SOCIAIS.

ESSE TIPO DE CAMPANHA FICOU CONHECIDO COMO CAMPANHAS HIPERMÍDIA.

O DOUTORANDO EM COMUNICAÇÃO POLÍTICA E PROFESSOR NA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ, **RICARDO TESSEROLI,** EXPLICA QUE A ESSÊNCIA DAS CAMPANHAS HIPERMÍDIA É PERSONALIZAR SUA COMUNICAÇÃO DE

ACORDO OS DADOS PESSOAIS DE SEUS ELEITORES EM POTENCIAL.

SONORA EP2 - Áudio 5.mp3

TEXTO **TÉCNICA: TRANSIÇÃO - Talvez uma montagem de discursos políticos da rede.**

A GUERRA PELO PODER POLÍTICO INCLUI A GUERRA PELO CONTROLE DA INFORMAÇÃO.

AFINAL, SÓ PODEMOS TOMAR DECISÕES E POSICIONAMENTOS POLÍTICOS DE ACORDO COM O QUE SABEMOS. OU DE ACORDO COM O QUE NOS PARECE SER CORRETO...

E NA DISPUTA ELEITORAL, CONVENCER QUE VOCÊ FALA A VERDADE É MAIS IMPORTANTE DO QUE FALAR A VERDADE.

PARTINDO DESSE PRINCÍPIO, EMPRESAS DE PUBLICIDADE E MILITANTES ORGANIZADOS COMEÇARAM A APROVEITAR A LIBERDADE DA INTERNET PARA FABRICAR E DIVULGAR INTENCIONALMENTE NOTÍCIAS E FUROS DE INFORMAÇÕES FALSAS QUE FAVORECESSEM SEUS CANDIDATOS NA CORRIDA ELEITORAL.

PARA QUE A NOTÍCIA SE ESPALHASSE, BASTAVA QUE AS PESSOAS NÃO SE DESSEM AO TRABALHO DE CHECAR POR SI SÓ A VERACIDADE DAS INFORMAÇÕES E PRONTO. O ESTRAGO ESTAVA FEITO.

A PRESIDENTA DA FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, **MARIA JOSÉ BRAGA,** ALERTA PARA O RECENTE SURGIMENTO DE UMA INDÚSTRIA DA MENTIRA RESPONSÁVEL POR PROFISSIONALIZAR A PRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO DE FAKE NEWS.

SONORA EP2 - Áudio 6.mp3

TEXTO COM BILHÕES DE PUBLICAÇÕES SENDO PRODUZIDAS E DIVULGADAS LIVREMENTE TODOS OS DIAS, SURGIU A NECESSIDADE DE PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS QUE FIZESSEM A CHECAGEM DOS FATOS PARA CONFIRMAR OU DESMENTIR AS PRINCIPAIS NOTÍCIAS E MANCHETES DO DIA.

FOI ASSIM QUE SURGIRAM AS PRIMEIRAS AGÊNCIAS DE CHECAGEM DE FATOS.

UMA AGÊNCIA DE CHECAGEM NADA MAIS É QUE UMA EMPRESA JORNALÍSTICA COM O OBJETIVO EXCLUSIVO DE CONFERIR A VERACIDADE DAS INFORMAÇÕES DIVULGADAS PELOS GRANDES VEÍCULOS DE MÍDIA, JORNALISTAS AMADORES. POLÍTICOS, BLOGUEIROS… TUDO QUE É NOTÍCIA, BASICAMENTE.

DIFERENTE DA MAIORIA DAS EMPRESAS JORNALÍSTICAS, AS AGÊNCIAS DE CHECAGEM NÃO PRODUZEM NOTÍCIAS NOVAS, NECESSARIAMENTE, APENAS APURAM MATÉRIAS JÁ DIVULGADAS.

A JORNALISTA **CRISTINA TARDÁGUILA**, FUNDADORA DA AGÊNCIA LUPA, QUE É A PRIMEIRA E MAIOR AGÊNCIA DE CHECAGEM DO BRASIL, EXPLICA COMO O TRABALHO DE CHECAGEM FUNCIONA COMO UM COMPLEMENTO À APURAÇÃO JORNALÍSTICA EM TEMPO REAL E AJUDA A MANTER O CIDADÃO BEM-INFORMADO.

SONORA EP2 - Áudio 7.mp3

TEXTO APESAR DE AS AGÊNCIAS DE CHECAGEM TEREM CONTRIBUÍDO DE MANEIRA POSITIVA PARA MELHORAR A QUALIDADE DAS INFORMAÇÕES QUE CIRCULAM NA INTERNET, ELAS AINDA SÃO POUCAS QUANDO COMPARADAS A ENORME QUANTIDADE DE PRODUTORES DE CONTEÚDO ONLINE.

NEM SE QUISESSEM ESSAS AGÊNCIAS CONSEGUIRIAM CHECAR TODAS AS PUBLICAÇÕES E NOTÍCIAS DUVIDOSAS QUE SÃO DIVULGADAS DIARIAMENTE NA INTERNET.

OU SEJA, MESMO COM AS AGÊNCIAS DE CHECAGEM, AS FAKE NEWS CONTINUARAM INFLUENCIANDO MILHARES DE PESSOAS QUE NÃO TINHAM ACESSO OU CONHECIMENTO PARA ACOMPANHAR O TRABALHO DOS CHECADORES PROFISSIONAIS.

NÃO POR ACASO, MUITAS CAMPANHAS ELEITORAIS RECENTES FORAM ACUSADAS DE UTILIZAR FAKE NEWS

COMO UMA ISCA PARA INFLUENCIAR PESSOAS E GANHAR MAIS ELEITORES.

DENTRE ELAS, O CASO QUE FICOU MAIS CONHECIDO INTERNACIONALMENTE FOI O ESCÂNDALO ENVOLVENDO A EMPRESA BRITÂNICA CAMBRIDGE ANALYTICA E A CAMPANHA ELEITORAL DE DONALD TRUMP PARA PRESIDENTE DOS ESTADOS UNIDOS EM 2016.

TÉCNICA: TENSÃO/SUSPENSE

A CAMBRIDGE ANALYTICA COLETAVA E CRUZAVA DADOS NA INTERNET PARA COMPOR PERFIS DE ELEITORES NO MUNDO TODO E VENDER ESSA INTELIGÊNCIA PARA POLÍTICOS E PARTIDOS GUIAREM EM SUAS CAMPANHAS ELEITORAIS.
A CAMPANHA DE TRUMP CONTRATOU OS SERVIÇOS DA CAMBRIDGE ANALYTICA PARA A DISPUTA PRESIDENCIAL DE 2016 E UTILIZOU INTENSAMENTE A INTERNET E AS REDES SOCIAIS PARA CONQUISTAR MAIS ELEITORES, ENQUANTO SEUS ADVERSÁRIOS NÃO DERAM TANTA PRIORIDADE ASSIM ÀS PLATAFORMAS DIGITAIS.

APESAR DAS VÁRIAS ACUSAÇÕES, A CAMPANHA NÃO CHEGOU A SER CONDENADA LEGALMENTE POR PROPAGAR DESINFORMAÇÃO, PORÉM, A EMPRESA CAMBRIDGE ANALYTICA FOI PEGA COLETANDO DADOS DE MILHÕES DE PESSOAS NO FACEBOOK SEM A AUTORIZAÇÃO DOS USUÁRIOS, O QUE RESULTOU EM CONDENAÇÕES E MULTAS BILIONÁRIAS, LEVANDO A MULTINACIONAL À FALÊNCIA.

ATÉ O DONO DO FACEBOOK, MARK ZUCKERBERG, TEVE DE DAR EXPLICAÇÕES AO CONGRESSO AMERICANO, EM CONVOCAÇÃO OFICIAL, SOBRE A RELAÇÃO DO FACEBOOK COM A EMPRESA

PARA **ANDRESSA FARCHE**, ESPECIALISTA EM MARKETING PELA PUC DE MINAS GERAIS, O ESCÂNDALO DA CAMBRIDGE ANALYTICA PROVA QUE A ASCENSÃO DA INDÚSTRIA DAS FAKE NEWS É RESULTADO DE BRECHAS LEGAIS E DE FISCALIZAÇÃO QUE SÃO EXPLORADAS POR INTERESSES PRIVADOS.

SONORA EP2 - Áudio 8.mp3

TEXTO MESMO COM A POLÊMICA PARTICIPAÇÃO DA CAMBRIDGE ANALYTICA E DAS ACUSAÇÕES DE FAKE NEWS NA CAMPANHA, NÃO DÁ PARA NEGAR QUE A ELEIÇÃO DE DONALD TRUMP COMO 45º PRESIDENTE DOS ESTADOS UNIDOS, CONTRARIANDO TODAS AS PREVISÕES DE ESPECIALISTAS E INSTITUTOS DE PESQUISA, SACRAMENTOU A INFLUÊNCIA DA INTERNET NOS RESULTADOS ELEITORAIS DE UM PAÍS.

O QUE ACONTECEU NOS ESTADOS UNIDOS EM 2016 SERVIU PARA CONSOLIDAR A ESTRATÉGIA — O CANDIDATO QUE SOUBESSE UTILIZAR MELHOR A INTERNET DURANTE A CAMPANHA ELEITORAL TERIA MAIS CHANCES DE GANHAR A ELEIÇÃO.

O APRENDIZADO SE ESPALHOU PELO MUNDO E OS PARTIDOS POLÍTICOS E EMPRESAS DE PROPAGANDA COMEÇARAM A SE ORGANIZAR.

PARA **RICARDO TESSEROLI**, PESQUISADOR E DOUTORANDO EM COMUNICAÇÃO POLÍTICA PELA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ, A ELEIÇÃO AMERICANA DE 2016 ABRIU UM PRECEDENTE PARA A UTILIZAÇÃO EM MASSA DA INTERNET EM CAMPANHAS ELEITORAIS DIVULGANDO INFORMAÇÕES NEM SEMPRE VERIFICADAS.

SONORA EP2 - Áudio 9.mp3

TEXTO **TÉCNICA: HINO DO BRASIL + TRECHO DO JURAMENTO DE POSSE DO BOLSONARO**

DOIS ANOS DEPOIS, NO BRASIL, A CAMPANHA DE BOLSONARO REPETIU A RECEITA DE TRUMP E FOCOU SEUS ESFORÇOS DE CAMPANHA EM PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA AS REDES SOCIAIS E PLATAFORMAS ONLINE.

COM APENAS 8 SEGUNDOS DE TELEVISÃO NO HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO E SEM PARTICIPAR DE NENHUM DEBATE ELEITORAL COM OS DEMAIS CANDIDATOS À

PRESIDÊNCIA, BOLSONARO SE ELEGEU O 38º PRESIDENTE DO BRASIL ATRAVÉS DE UMA CAMPANHA MASSIVA NA INTERNET QUE PRATICAMENTE NÃO CONTOU COM MUITA DIVULGAÇÃO NOS GRANDES VEÍCULOS DA MÍDIA TRADICIONAL.

ASSIM COMO A CAMPANHA DE TRUMP, A CAMPANHA DE BOLSONARO TAMBÉM RENDEU VÁRIAS ACUSAÇÕES DE DISSEMINAÇÃO DE FAKE NEWS.

NO MESMO ANO DE SUA POSSE, AINDA EM 2019, FOI INSTAURADA UMA CPI EXCLUSIVAMENTE PARA APURAR SE HOUVE OU NÃO UMA MÁQUINA DE DESINFORMAÇÃO ATUANDO PARA INFLUENCIAR OS RESULTADOS DAS ELEIÇÕES DE 2018.

PORÉM, ATÉ O MOMENTO DA GRAVAÇÃO DESSE EPISÓDIO, A CPI NÃO CONSEGUIU CHEGAR A UM VEREDITO.

TÉCNICA TRANSIÇÃO

RESULTADOS ELEITORAIS COMO OS DA CAMPANHA DE TRUMP E BOLSONARO PROVARAM QUE TER MUITO ESPAÇO NA TELEVISÃO, NAS RÁDIOS E JORNAIS JÁ NÃO ERA MAIS DETERMINANTE PARA SE VENCER UMA ELEIÇÃO. NÃO DAVA MAIS PARA IGNORAR AS REDES SOCIAIS.

A INTERNET, POR FIM, SE TORNOU PALCO DE UMA GUERRA ANTIGA PELO CONTROLE DA INFORMAÇÃO E INFLUÊNCIA POLÍTICA.

COMO CONSEQUÊNCIA, OS POLÍTICOS, QUE ANTES NÃO LIGAVAM TANTO ASSIM PARA O QUE DIZIAM SOBRE ELES ONLINE, PASSARAM A DEDICAR ATENÇÃO DOBRADA ÀS REDES SOCIAIS.

A PESQUISADORA **LUCIANA PANKE,** ELEITA UMA DAS 12 MULHERES MAIS INFLUENTES DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA PELA THE WASHINGTON ACADEMY OF POLITICAL ARTS & SCIENCE, EXPLICA QUE HOJE EM DIA, QUERENDO OU NÃO, OS POLÍTICOS TAMBÉM PRECISAM UTILIZAR OS DADOS DISPONIBILIZADOS PELAS REDES SOCIAIS E DEMAIS PLATAFORMAS DIGITAIS SE QUISEREM DIALOGAR MELHOR COM SEUS POSSÍVEIS ELEITORES E SAIR DA INVISIBILIDADE.

SONORA EP2 - Áudio 10.mp3

TEXTO NOS ANTIGOS MOLDES DA DISPUTA ELEITORAL, ANTES DA INTERNET APARECER, JÁ EXISTIAM REGRAS CLARAS E DIRETRIZES LEGAIS EXPLICANDO COM DETALHES COMO DEVERIAM SER CONDUZIDAS AS CAMPANHAS EM PERÍODOS ELEITORAIS.

NO BRASIL, O TSE É O ÓRGÃO RESPONSÁVEL POR ESTABELECER AS REGRAS QUE DIZEM O QUE POLÍTICOS E PARTIDOS PODEM E O QUE NÃO PODE FAZER DURANTE CAMPANHAS ELEITORAIS, POR EXEMPLO, INCLUSIVE COM RELAÇÃO A PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET.

AS DIRETRIZES DO TSE INCLUEM ATÉ AS DEVIDAS PUNIÇÕES CASO ESSAS REGRAS SEJAM INFRINGIDAS.

ACONTECE QUE NA INTERNET, PARA QUE ESSAS LEIS FUNCIONEM, SERIA PRECISO HAVER UM SISTEMA MUITO BEM ESTRUTURADO DE CHECAGEM RIGOROSA, CAPAZ DE ACOMPANHAR E AVERIGUAR QUASE QUE EM TEMPO REAL TODO O CONTEÚDO JOGADO NAS REDES.

AFINAL, NUMA PLATAFORMA TÃO DESCENTRALIZADA COMO A INTERNET, COMO GARANTIR QUE UM ÓRGÃO COMO O TSE SEJA CAPAZ DE VIGIAR MILHÕES E MILHÕES DE PERFIS ENGAJADOS EM PROPAGANDA POLÍTICA NO PERÍODO ELEITORAL?

MUITAS VEZES QUEM INFRINGE AS REGRAS DO TSE NÃO SÃO NEM OS PARTIDOS OU EMPRESAS DE PUBLICIDADE, MAS MILITANTES ISOLADOS QUE PODEM AGIR COMO BEM ENTENDEREM DEVIDO À LIBERDADE QUE AS PLATAFORMAS ONLINE OFERECEM.

NO FIM DAS CONTAS, A INTERNET SE MOSTROU TERRA DE NINGUÉM.

PROFESSOR NA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ E MEMBRO DO GRUPO DE PESQUISA COMUNICAÇÃO ELEITORAL, **RICARDO TESSEROLI** ALERTA PARA A NECESSIDADE DE UMA REGULAMENTAÇÃO QUE IMPONHA LIMITES PARA O USO POLÍTICO-ELEITORAL DA INTERNET.

SONORA EP2 - Áudio 11.mp3

TE XTO OS POLÍTICOS, AGORA CIENTES DO PODER E INFLUÊNCIA DA INTERNET NOS RESULTADOS ELEITORAIS, DECIDIRAM ENTRAR DE VEZ NA NOVA TENDÊNCIA…

ELES PASSARAM A PRODUZIR E PUBLICAR CONTEÚDO COM MUITO MAIS FREQUÊNCIA EM SUAS REDES SOCIAIS, COMEÇARAM A CONTRATAR EQUIPES DE ASSESSORES EXCLUSIVAS SÓ PARA CUIDAR DE SEUS PERFIS ONLINE, E CLARO… COMEÇARAM A ATACAR SEUS ADVERSÁRIOS POLÍTICOS NA INTERNET TAMBÉM.

TÉCNICA: SONS DE DEPUTADOS TRETANDO ("barraco")
Deputados trocam insultos em sessão na Alesp sobre passapo
Esse vídeo é uma boa opção para você pegar o sample.

DENTRE OS PRINCIPAIS ATAQUES… ACUSAR O ADVERSÁRIO DE DISSEMINADOR DE FAKE NEWS PASSOU A SER UM DOS MAIS RECORRENTES.

ESSE AMBIENTE DIVIDIDO E CONFUSO, COM CONSTANTES BRIGAS E ACUSAÇÕES FEZ COM QUE DEPUTADOS E SENADORES COMEÇASSEM A PROPOR PROJETOS LEGISLATIVOS A FIM DE ESTABELECER REGRAS E SANÇÕES PARA QUEM PROMOVESSE FAKE NEWS NA INTERNET.

NO BRASIL, O COMBATE À DESINFORMAÇÃO TORNOU-SE TEMA DE MAIS DE 50 PROPOSTAS NA CÂMARA DOS DEPUTADOS. NO ENTANTO, O ASSUNTO NUNCA HAVIA SIDO COLOCADO EM PAUTA, MUITO MENOS VOTADO PELO CONGRESSO BRASILEIRO…

ATÉ QUE EM JUNHO DE 2020, EM PLENA PANDEMIA, O SENADO BRASILEIRO VOTOU E APROVOU A PRIMEIRA VERSÃO DO PROJETO DE LEI 2630, APRESENTADO PELO SENADOR ALESSANDRO VIEIRA.

O PROJETO DE LEI 2630 FICOU CONHECIDO POPULARMENTE COMO "LEI DAS FAKE NEWS".

TÉCNICA EP2 - Áudio 12.mp3

TÉCNICA: MÚSICA ENCERRAMENTO

TEXTO NESSE EPISÓDIO VOCÊ VIU COMO A INTERNET E AS REDES SOCIAIS PROVOCARAM MUDANÇAS PROFUNDAS NA MANEIRA DE SE FAZER POLÍTICA AO REDOR DO MUNDO E COMO OS PARTIDOS POLÍTICOS E EMPRESAS DE PUBLICIDADE APROVEITARAM A OPORTUNIDADE PARA PROMOVER SUAS CAMPANHAS ELEITORAIS E NARRATIVAS POLÍTICAS, MUITAS VEZES UTILIZANDO TÁTICAS ILEGAIS PARA ISSO.

NO PRÓXIMO EPISÓDIO VAMOS FALAR SOBRE O PL 2630, OU "LEI DAS FAKE NEWS", COMO FICOU POPULARMENTE CONHECIDO. QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS PROPOSTAS DO PROJETO, OS PONTOS MAIS POLÊMICOS E COMO ELE PODE AFETAR O DIA A DIA DO CIDADÃO BRASILEIRO.

ATÉ LÁ.

EP 03 - A "LEI DAS FAKE NEWS"

VINHETA - (A DEFINIR)

ABRE: TODOS OS DIAS, VOCÊ E EU SOMOS BOMBARDEADOS COM UM MILHÃO DE INFORMAÇÕES NA INTERNET.

SÓ NAS REDES SOCIAIS, NESTE EXATO MINUTO, ENQUANTO VOCÊ ME ESCUTA, APROXIMADAMENTE 347 MIL NOVOS STORIES SÃO POSTADOS NO INSTAGRAM, 147 MIL FOTOS SÃO PUBLICADAS NO FACEBOOK E 41 MILHÕES DE MENSAGENS SÃO TROCADAS PELO WHATSAPP.

NÃO DÁ PARA NEGAR: A INTERNET MUDOU A MANEIRA COMO A GENTE CONSOME INFORMAÇÃO, E NÃO SÓ ISSO…

A MANEIRA COMO A GENTE FAZ COMPRAS, COMO A GENTE INTERAGE COM OS AMIGOS, COMO ASSISTIMOS FILMES, PRODUZIMOS ARTE, DESCOBRIMOS COISAS NOVAS… TUDO ISSO MUDOU DRASTICAMENTE COM A INTERNET.

E É CLARO... A POLÍTICA NÃO PODERIA FICAR DE FORA.

A INTERNET ABRIU UMA SÉRIE DE POSSIBILIDADES DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES QUE ACABARAM TRAZENDO CONSEQUÊNCIAS SERÍSSIMAS PARA O DEBATE POLÍTICO.

HOJE, QUALQUER UM COM ACESSO À INTERNET, MESMO QUE NÃO SEJA JORNALISTA PROFISSIONAL, PODE ESCREVER UM TEXTO, DAR A SUA OPINIÃO E DIVULGAR INFORMAÇÕES COM A MESMA APARÊNCIA DAS NOTÍCIAS QUE SÃO OFERECIDAS PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO TRADICIONAIS COMO OS GRANDES JORNAIS, AS RÁDIOS E AS TVS.

ISSO SIGNIFICA QUE VOCÊ, SEUS AMIGOS, SEU VIZINHO, AS PESSOAS QUE VOCÊ CONFIA E ATÉ MESMO AS PESSOAS QUE VOCÊ NÃO CONFIA…

TODOS PODEM COMEÇAR A DIVULGAR INFORMAÇÕES AGORA MESMO DESDE QUE TENHAM ACESSO À INTERNET, UM SMARTPHONE OU UM COMPUTADOR.

A PERGUNTA É: SERÁ QUE ESTAMOS PREPARADOS PARA DISCERNIR ENTRE O QUE É FAKE E O QUE É FATO NO MEIO DESSE BOMBARDEIO DE NOTÍCIAS?

NESTE PODCAST VAMOS INVESTIGAR O FENÔMENO DAS FAKE NEWS NO DEBATE POLÍTICO, SUAS ORIGENS, CONSEQUÊNCIAS E POSSÍVEIS DESDOBRAMENTOS, INCLUINDO PROPOSTAS POLÊMICAS DE LEIS PARA COMBATER A DESINFORMAÇÃO.

NESTE TERCEIRO EPISÓDIO VAMOS FALAR SOBRE O PROJETO DE LEI 2630 QUE FICOU CONHECIDO COMO A “LEI DAS FAKE NEWS”, QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS PROPOSTAS DO PROJETO, OS PONTOS MAIS POLÊMICOS E COMO ELE PODE AFETAR O DIA A DIA DO CIDADÃO COMUM.

TÉCNICA - MÚSICA TEMA

TEXTO HOJE EM DIA PRATICAMENTE TODO POLÍTICO USA SUAS REDES SOCIAIS PARA PROMOVER SEU MANDATO E COMO UM CANAL DE COMUNICAÇÃO DIRETO COM OS ELEITORES.

FOI-SE O TEMPO EM QUE AS CAMPANHAS POLÍTICAS ERAM FEITAS SOMENTE EM PERÍODOS ELEITORAIS E NO CONTATO DIRETO, CARA A CARA, COM O ELEITOR.

A INTERNET MUDOU DRASTICAMENTE O MODO DE SE FAZER POLÍTICA NO BRASIL E NO MUNDO...

COM ISSO, OS VELHOS PROBLEMAS DO EMBATE POLÍTICO TAMBÉM FORAM LEVADOS PARA A INTERNET.

AS ACUSAÇÕES A ADVERSÁRIOS, QUE ANTES ERAM FEITAS SOMENTE EM COMÍCIOS E HORÁRIOS ELEITORAIS NA TV E NO RÁDIO, PASSARAM A SER FEITAS QUASE QUE DIARIAMENTE ATRAVÉS DE PUBLICAÇÕES EM SITES E REDES SOCIAIS… TANTO PELOS PRÓPRIOS POLÍTICOS QUANTO PELOS SEUS MILITANTES.

ISSO INCLUI TAMBÉM AS ACUSAÇÕES E NOTÍCIAS FALSAS.

COM O TEMPO, O ALCANCE DE NOTÍCIAS FALSAS DIVULGADAS NA INTERNET POR POLÍTICOS, PARTIDOS, MILITANTES E ATÉ MESMO CIDADÃOS COMUNS SE TORNOU ALARMANTE.

SEGUNDO UMA PESQUISA RECENTE REALIZADA POR CIENTISTAS DO INSTITUTO DE TECNOLOGIA DE MASSACHUSETTS, NOS ESTADOS UNIDOS, CADA POSTAGEM VERDADEIRA ATINGE, EM MÉDIA, MIL PESSOAS, ENQUANTO AS POSTAGENS COM INFORMAÇÕES FALSAS MAIS POPULARES, PODEM CHEGAR A ATINGIR DE MIL A 100 MIL PESSOAS.

RUBENS BEÇAK, ESPECIALISTA EM DIREITO DIGITAL PELA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, EXPLICA QUE É A ACESSIBILIDADE DA INTERNET QUE FACILITA O EXTRAORDINÁRIO ALCANCE DA DESINFORMAÇÃO NA PLATAFORMA.

SONORA EP 3 - Áudio 1.mp3

TEXTO SABENDO DA IMPORTÂNCIA DA INTERNET NA ATUAL DISPUTA POLÍTICA E DA SUA INFLUÊNCIA DIRETA EM RESULTADOS ELEITORAIS, O CONGRESSO BRASILEIRO DECIDIU REAGIR.

SÓ NA CÂMARA DOS DEPUTADOS, FORAM APRESENTADAS PELO MENOS 50 PROPOSTAS DE LEIS CONTRA FAKE NEWS, SENDO QUE A MAIS ANTIGA É DO ANO DE 2005, QUANDO A INTERNET AINDA NEM TINHA GANHADO PROPORÇÕES GIGANTESCAS COMO TEM HOJE.

MAS FOI SÓ EM JUNHO DE 2020, EM MEIO A PANDEMIA GLOBAL DE CORONAVÍRUS, QUE O CONGRESSO BRASILEIRO, ATRAVÉS DO SENADO FEDERAL, SURPREENDEU E NÃO SÓ COLOCOU EM PAUTA COMO APROVOU A PRIMEIRA VERSÃO DE UM PROJETO DE LEI PARA COMBATER ÀS FAKE NEWS... O PL2630, QUE FICOU CONHECIDO POPULARMENTE COMO “LEI DAS FAKE NEWS”, DE AUTORIA DO SENADOR ALESSANDRO VIEIRA, DO PARTIDO CIDADANIA DE SERGIPE.

ESSA PRIMEIRA APROVAÇÃO POR PARTE DO SENADO FEDERAL GEROU MUITOS QUESTIONAMENTOS DEVIDO À PRESSA EM VOTAR UM PROJETO TÃO IMPORTANTE E COMPLEXO SEM O DEVIDO DEBATE COM SETORES DA SOCIEDADE CIVIL E AUDIÊNCIAS PÚBLICAS,

NAQUELE MOMENTO, O PAÍS ENFRENTAVA A PANDEMIA MAIS TRÁGICA DE SUA HISTÓRIA E A JUSTIFICATIVA DOS SENADORES PARA AFOBAÇÃO EM PASSAR LOGO O PROJETO DE LEI ERA JUSTAMENTE A DE COMBATER A DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS SOBRE O COVID-19.

EM FALA DIRECIONADA AO PRESIDENTE DO SENADO NA ÉPOCA, DAVID ALCOLUMBRE, O SENADOR **PLÍNIO VALÉRIO**, DO PSDB DO AMAZONAS, PROTESTOU CONTRA A VOTAÇÃO DO PROJETO DE LEI NUM MOMENTO DE PANDEMIA, ALEGANDO QUE A VOTAÇÃO CONTRARIAVA ATÉ O PRÓPRIO ATO DA COMISSÃO DIRETORA DO SENADO QUE DELIMITAVA AS REGRAS PARA O FUNCIONAMENTO DAS SESSÕES REMOTAS NO PERÍODO DA CRISE SANITÁRIA.

SEGUNDO O PRÓPRIO TEXTO DO ATO, AS SESSÕES REMOTAS DO SENADO FEDERAL SERIAM DEDICADAS EXCLUSIVAMENTE PARA DELIBERAÇÃO DE MATÉRIA LEGISLATIVA DE CARÁTER URGENTE, QUE NÃO PUDESSE AGUARDAR A NORMALIZAÇÃO DA SITUAÇÃO DE CALAMIDADE PÚBLICA IMPOSTA PELA PANDEMIA PARA SER DISCUTIDA.

SONORA EP 3 - Áudio 2.mp3

TEXTO VALE LEMBRAR QUE ESSA APROVAÇÃO NO SENADO FOI APENAS UMA PRIMEIRA ETAPA. ATUALMENTE, A PROPOSTA ESTÁ EM ANÁLISE NA CÂMARA DOS DEPUTADOS. CASO APROVADA TAMBÉM NA CÂMARA, DEVERÁ AINDA RETORNAR AO SENADO PARA UMA AVALIAÇÃO E VOTAÇÃO FINAL. SÓ ENTÃO PODERÁ ENTRAR EM VIGOR.

SABENDO QUE AINDA HAVERIA ESSE LONGO PROCESSO ATÉ UMA APROVAÇÃO DEFINITIVA, SENADORES QUE VOTARAM A FAVOR DO PROJETO AINDA EM 2020 ENTENDERAM QUE MESMO QUE A LEI AINDA NÃO ESTIVESSE PERFEITA, UM PRIMEIRO CONSENTIMENTO DO SENADO ERA UM PASSO POSITIVO, COMO AFIRMOU O SENADOR **EDUARDO BRAGA,** DO MDB AMAZONAS, EM SESSÃO PLENÁRIA.

SONORA EP 3 - Áudio 3.mp3

TEXTO DE FATO, AO CHEGAR NA CÂMARA DOS DEPUTADOS O TEXTO ORIGINAL DO PROJETO DE LEI SOFREU VÁRIAS ALTERAÇÕES, MUITO PELA PRESSÃO DE ASSOCIAÇÕES DE TECNOLOGIA, ORGANIZAÇÕES JORNALÍSTICAS E ENTIDADES DA SOCIEDADE CIVIL QUE IDENTIFICARAM INCONSISTÊNCIAS GRAVES EM VÁRIOS ARTIGOS DO PROJETO.

ADALTHON DE PAULA, ADVOGADO ESPECIALISTA EM DIREITO DIGITAL, EXPLICA QUE ALÉM DA PRESSÃO POPULAR, A INICIATIVA DA CÂMARA DE FAZER UM TEXTO SUBSTITUTIVO SE DEVE TAMBÉM AO EXCESSO DE PROCESSOS ADICIONAIS, CONHECIDOS COMO APENSOS, QUE FORAM SENDO ANEXADOS AO TEXTO ORIGINAL DO PL.

SONORA EP 3 - Áudio 4.mp3

TEXTO NA SUA VERSÃO MAIS RECENTE, PROPOSTA PELA CÂMARA DOS DEPUTADOS COMO TEXTO SUBSTITUTIVO E TENDO COMO RELATOR O DEPUTADO ORLANDO SILVA, DO PCDOB DE SÃO PAULO, O PL DAS FAKE NEWS É UMA VARIANTE MENOS AUTORITÁRIA QUE SEU ORIGINAL, VOLTADA MAIS PARA A REGULAMENTAÇÃO DAS PLATAFORMAS PROVEDORAS DE REDES SOCIAIS DO QUE PARA O COMBATE À DESINFORMAÇÃO EM SI.

PARA ENTENDER POR QUE O PL DAS FAKE NEWS, QUE COMEÇOU COMO UMA PROPOSTA DE COMBATE DIRETO À DESINFORMAÇÃO, MUDOU DE FOCO E AGORA PROPÕE ENFRENTAR O TEMA DA DESINFORMAÇÃO APENAS DE MANEIRA INDIRETA, ATRAVÉS DA REGULAMENTAÇÃO DAS PLATAFORMAS ONLINE, É PRECISO RELEMBRAR AS DIFICULDADES DE SE FORMULAR UM CONCEITO OBJETIVO CLARO PARA DEFINIR O QUE É FAKE NEWS E DESINFORMAÇÃO.

TÉCNICA: SOM DE FITA REBOBINANDO, ALGO ASSIM.

NA VERSÃO ORIGINAL DO PROJETO, LÁ DE 2020 AINDA, A PALAVRA “DESINFORMAÇÃO” APARECIA NADA MAIS NADA MENOS QUE 20 VEZES AO LONGO DO TEXTO, INCLUSIVE NO ARTIGO QUE DELIMITAVA OS OBJETIVOS DA PROPOSTA. NÃO HAVIA DÚVIDA DE QUE O ALVO PRINCIPAL ERA COMBATER AS FAKE NEWS.

CURIOSAMENTE, NA SUA ÚLTIMA VERSÃO, QUE ESTÁ PARA SER VOTADA NA CÂMARA, O TERMO “DESINFORMAÇÃO” APARECE APENAS 3 VEZES AO LONGO DO TEXTO. NEM NO ARTIGO QUE DESCREVE OS OBJETIVOS DA PROPOSTA O TEXTO CITA DESINFORMAÇÃO OU FAKE NEWS.

FICA A PERGUNTA: POR QUE A LEI DAS FAKE NEWS NÃO FALA MAIS DE FAKE NEWS E DESINFORMAÇÃO DE MANEIRA CLARA E ABERTA COMO ERA EM SUA VERSÃO ORIGINAL?

CRISTINA TARDÁGUILA, FUNDADORA DA AGÊNCIA LUPA, A PRIMEIRA AGÊNCIA DE CHECAGEM DO BRASIL, E DIRETORA ADJUNTA DA IFCN, UMA REDE INTERNACIONAL DE CHECADORES DE NOTÍCIAS, EXPLICA QUE A AUSÊNCIA DOS TERMOS NO TEXTO DO PROJETO SE DEVE À DIFICULDADE DE DEFINIR LEGALMENTE O CONCEITO DE FAKE NEWS OU DESINFORMAÇÃO.

SONORA **EP 3 - Áudio 5.mp3**

TEXTO ENCONTRAR UMA DEFINIÇÃO LEGAL PARA O CONCEITO DE DESINFORMAÇÃO É UMA QUESTÃO DISCUTIDA NO MUNDO INTEIRO E ATÉ HOJE AINDA NÃO EXISTE UMA DEFINIÇÃO FIXADA QUE DESCREVA DE MANEIRA OBJETIVA O QUE EXATAMENTE DEVE SER CONSIDERADO COMO PRÁTICA DE DESINFORMAÇÃO, OU FAKE NEWS, E O QUE NÃO PODE.

A FALTA DE UM CONCEITO LEGAL PARA DESINFORMAÇÃO CERTAMENTE PREJUDICA A FORMULAÇÃO DE UMA LEGISLAÇÃO BEM FUNDAMENTADA QUE ESTABELEÇA REGRAS CLARAS PARA COMBATER ÀS FAKE NEWS.

É POR ISSO QUE, PARA **JÉSSICA GUEDES**, ADVOGADA E PESQUISADORA NO LEGAL GROUNDS INSTITUTE, UM INSTITUTO VOLTADO À PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS, A PROPOSTA DEVERIA FAZER O ESFORÇO DE TRAÇAR DEFINIÇÕES CLARAS PARA O CONCEITO DE DESINFORMAÇÃO APESAR DAS DIFICULDADES DA TAREFA.

SONORA EP 3 - Áudio 6.mp3

TEXTO NÃO DEFINIR LEGALMENTE O QUE É DESINFORMAÇÃO É UMA BRECHA PERIGOSA, AFINAL, PARA QUE UMA LEI SEJA CUMPRIDA SEM DAR MARGEM A ABUSOS E INJUSTIÇAS, AS REGRAS PRECISAM ESTAR CLARAS PARA TODOS.

POR EXEMPLO, EXISTE UMA LEI INTEIRA SÓ PARA DEFINIR O CRIME DE SONEGAÇÃO FISCAL. A LEI Nº 4.729, DE 14 DE JULHO DE 1965 ESTABELECE COM DESCRIÇÃO DETALHADA O QUE SERÁ CONSIDERADO SONEGAÇÃO CRIMINOSA E PASSÍVEL DE PUNIÇÃO.

MESMO QUE ALGUMA PESSOA DISCORDE DESSAS REGRAS OU ATÉ MESMO DESCONHEÇA A LEI, SE ELA FIZER ALGO QUE SE ENQUADRE NA DEFINIÇÃO DE SONEGAÇÃO FISCAL ESTABELECIDA PELO TEXTO, NÃO EXISTE JUSTIFICATIVA. ESSA PESSOA COMETEU UM CRIME E PODERÁ SOFRER ALGUM TIPO DE PUNIÇÃO.

PARA O ADVOGADO ESPECIALISTA EM DIREITO DIGITAL, **ADALTHON DE PAULA**, SÓ A FALTA DESSA DEFINIÇÃO LEGAL DE DESINFORMAÇÃO JÁ DEVERIA SER O SUFICIENTE PARA QUE A FORMULAÇÃO DE UMA LEI SOBRE O TEMA NÃO FOSSE ADIANTE.

SONORA EP 3 - Áudio 7.mp3

TEXTO **TÉCNICA - SUSPENSE/MISTÉRIO**

AINDA SEM UMA DEFINIÇÃO PARA DESINFORMAÇÃO E COM RUMORES DE PRESSA NOS BASTIDORES PARA QUE A LEI PUDESSE SER APROVADA A TEMPO DE VALER PARA AS ELEIÇÕES DE 2022, OS CONGRESSISTAS MODIFICARAM DRASTICAMENTE O TEXTO DO PL, REMOVENDO AS QUESTÕES MAIS CONTROVERSAS DO TEXTO ORIGINAL E, POR CONSEQUÊNCIA, COLOCANDO O COMBATE À DESINFORMAÇÃO EM SEGUNDO PLANO.

EM SUA ÚLTIMA VERSÃO, PROPOSTA PELO CONGRESSO, O PL2630 TEM COMO OBJETIVO PRINCIPAL "A GARANTIA DA TRANSPARÊNCIA" NO USO DE PROVEDORES DE REDES SOCIAIS, FERRAMENTAS DE BUSCA E APLICATIVOS DE MENSAGENS INSTANTÂNEAS.

VICTOR DURIGAN, COORDENADOR DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS DO INSTITUTO VERO E INTEGRANTE DA COALIZÃO DIREITOS NA REDE, AFIRMA QUE, COMO ESTÁ HOJE, O PROJETO DE LEI NÃO É SOBRE FAKE NEWS, MAS SOBRE REGULAÇÃO DAS PLATAFORMAS.

SONORA EP 3 - Áudio 8.mp3

TEXTO MAS AFINAL DE CONTAS, O QUE PROPÕE, EM LINHAS GERAIS, O PL 2630 E O QUE MUDARIA NA VIDA DO CIDADÃO BRASILEIRO CASO A LEI SEJA APROVADA COMO ESTÁ AGORA, EM SUA ÚLTIMA VERSÃO DE MARÇO DE 2022?

TÉCNICA: TRANSIÇÃO DE AMBIÊNCIA.

A LEI BRASILEIRA DE LIBERDADE, RESPONSABILIDADE E TRANSPARÊNCIA NA INTERNET ESTABELECE DIRETRIZES DE USO, NORMAS E MECANISMOS DE TRANSPARÊNCIA PARA PROVEDORES DE REDES SOCIAIS COMO FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM… FERRAMENTAS DE BUSCA, COMO GOOGLE E BING… E APLICATIVOS DE MENSAGENS INSTANTÂNEA, COMO WHATSAPP E TELEGRAM.

A INTENÇÃO É OBRIGAR AS FAMOSAS BIG TECHS, COMO SÃO CONHECIDAS ESSAS GRANDES EMPRESAS DE TECNOLOGIA QUE DOMINAM O MERCADO, A IMPLEMENTAREM UM RIGOROSO SISTEMA DE MODERAÇÃO DE CONTEÚDO E TRANSPARÊNCIA, A FIM DE DIMINUIR ABUSOS NO USO DAS PLATAFORMAS.

COMO ESTÁ AGORA, PODE-SE DIZER QUE A LEI ATUA COM TRÊS OBJETIVOS PRINCIPAIS: O PRIMEIRO É RESPONSABILIZAR OS PROVEDORES PELA IDENTIFICAÇÃO E SINALIZAÇÃO DE **CONTAS AUTOMATIZADAS** — QUE SÃO AQUELES PERFIS ADMINISTRADOS AUTOMATICAMENTE POR PROGRAMAS DE COMPUTADOR.

PELA LEI, O PROVEDOR DEVE VEDAR O FUNCIONAMENTO DE CONTAS AUTOMATIZADAS E TIRÁ-LAS DO AR CASO ESTES PERFIS NÃO DEIXEM CLARO COM ANTECEDÊNCIA, TANTO PARA O PROVEDOR QUANTO PARA OS DEMAIS USUÁRIOS, QUE NÃO SÃO CONTAS OPERADAS POR HUMANOS.

LUCAS PAGLIA, ADVOGADO SÓCIO FUNDADOR DA P&B COMPLIANCE, EXPLICA COMO A CHAMADA INDÚSTRIA DA DESINFORMAÇÃO UTILIZA CONTAS AUTOMATIZADAS E ROBÔS PARA ESPALHAR SUAS MENTIRAS.

SONORA EP 3 - Áudio 9.mp3

TEXTO PORTANTO, EXIGIR A FISCALIZAÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DE CONTAS AUTOMATIZADAS PODE AJUDAR A COMBATER A DISSEMINAÇÃO DE FAKE NEWS, MESMO QUE INDIRETAMENTE: AO MENOS ESSAS CONTAS AUTOMATIZADAS NÃO PODERÃO MAIS SE PASSAR POR PESSOAS COMUNS DIVULGANDO INFORMAÇÕES DE MANEIRA DESPRETENSIOSA.

TÉCNICA: SOM DE CHECK - TRANSIÇÃO.

O SEGUNDO OBJETIVO É RESPONSABILIZAR OS PROVEDORES PELA IDENTIFICAÇÃO, SINALIZAÇÃO E MAIOR TRANSPARÊNCIA QUANTO ÀS **PROPAGANDAS PAGAS** QUE CIRCULAM EM SUAS PLATAFORMAS.

SEGUNDO A NOVA PROPOSTA, OS PROVEDORES TÊM A OBRIGAÇÃO DE IDENTIFICAR OS CONTEÚDOS IMPULSIONADOS POR VALOR PAGO, SEUS RESPECTIVOS ANUNCIANTES E AINDA INFORMAR QUAIS FORAM OS CRITÉRIOS DE DIRECIONAMENTO DE PÚBLICO ESCOLHIDOS PARA AQUELE ANÚNCIO.

NO CASO DE CONTEÚDOS DE PROPAGANDA ELEITORAL IMPULSIONADOS, A LEI É AINDA MAIS RIGOROSA E EXIGE RELATÓRIOS DETALHADOS COM VALOR TOTAL GASTO PELO CANDIDATO COM OS IMPULSIONAMENTOS, IDENTIFICAÇÃO DO ANUNCIANTE POR MEIO DE CPF OU CNPJ, TEMPO DE VEICULAÇÃO E VÁRIOS OUTROS DETALHES.

VÁRIAS EMPRESAS DO SETOR PRIVADO E GRUPOS DE PUBLICIDADE DIGITAL COMO O IAB BRASIL SE POSICIONARAM CONTRA ESSA PROPOSTA, ALEGANDO QUE A MEDIDA FORÇA O COMPARTILHAMENTO DE ESTRATÉGIAS SIGILOSAS ENTRE EMPRESAS CONCORRENTES, VIOLANDO O DIREITO AO SEGREDO COMERCIAL.

NO DIA 11 DE MARÇO DE 2022, O PRESIDENTE DO GOOGLE BRASIL, FABIO COELHO, PUBLICOU UMA CARTA ABERTA ALEGANDO QUE, POR CAUSA DESSE TIPO DE PROPOSTA, O PL 2630, PREJUDICA EMPRESAS DE TODOS OS TAMANHOS AO REDUZIR SUA CAPACIDADE DE PROMOVER SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS ON-LINE — "O PROJETO DE LEI COMO ESTÁ ESCRITO PODE TER UM IMPACTO SIGNIFICATIVO NA PUBLICIDADE DIGITAL QUE É UM PILAR IMPORTANTE DA WEB ABERTA, PREJUDICANDO VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO, EMPRESAS E A EXPERIÊNCIA DOS USUÁRIOS COM NOSSOS PRODUTOS."

PARA **VICTOR DURIGAN**, COORDENADOR DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS DO INSTITUTO VERO QUE ESTEVE DIRETAMENTE ENVOLVIDO NO DEBATE DO PL2630 JUNTO AO CONGRESSO, O OBJETIVO DESSES DISPOSITIVOS É ESTABELECER REGRAS MÍNIMAS DE TRANSPARÊNCIA PARA A PUBLICIDADE DIGITAL, NÃO ACABAR COM A INDÚSTRIA.

SONORA EP 3 - Áudio 10.mp3

TEXTO ASSIM COMO NO CASO DAS CONTAS AUTOMATIZADAS, TORNAR A PUBLICIDADE DIGITAL MAIS TRANSPARENTE PODE CONTRIBUIR, MESMO QUE INDIRETAMENTE, PARA O COMBATE À DESINFORMAÇÃO, ESPECIALMENTE A DESINFORMAÇÃO DE CUNHO POLÍTICO — QUANTO A ISSO NÃO RESTAM DÚVIDAS.

O QUE ESTÁ EM DISCUSSÃO AINDA É SE A FORMA COMO ESSA TRANSPARÊNCIA ESTÁ SUGERIDA NO PL PREJUDICA OU NÃO AS EMPRESAS QUE PROMOVEM PUBLICIDADE DIGITAL DE MANEIRA HONESTA, SEM INTENÇÕES MALDOSOS DE DIVULGAR FAKE NEWS PARA OBTER ALGUMA VANTAGEM EM TROCA.

TÉCNICA: TRANSIÇÃO.

O TERCEIRO OBJETIVO PRINCIPAL DA NOVA LEI DAS FAKE NEWS, E TALVEZ O QUE MAIS AFETA DIRETAMENTE O CIDADÃO COMUM, É O DE RESPONSABILIZAR OS

PROVEDORES POR **ELABORAREM SEUS TERMOS E POLÍTICAS DE USO RESPEITANDO A LEGISLAÇÃO NACIONAL E DE FATO APLICAREM OS PRÓPRIOS TERMOS** DE MANEIRA JUSTA E CONSISTENTE.

ISSO SIGNIFICA QUE SE UMA PLATAFORMA RESOLVER PROIBIR, EM SUAS POLÍTICAS DE USO, QUALQUER CONTEÚDO QUE MANIFESTE APOLOGIA A UM ASSUNTO "X" QUALQUER, POR EXEMPLO, ELA SERÁ RIGOROSAMENTE COBRADA POR RETIRAR DO AR COM RAPIDEZ TODA E QUALQUER PUBLICAÇÃO SOBRE "X", SEM EXCEÇÕES.

E TEM MAIS — PARA EVITAR QUE ESSA MODERAÇÃO DE CONTEÚDO SEJA APLICADA DE MANEIRA INJUSTA PELAS PLATAFORMAS, QUE PODEM ACABAR FAZENDO VISTA GROSSA PARA ALGUMAS INFRAÇÕES E PUNINDO INJUSTAMENTE NOUTROS CASOS, O PL EXIGE QUE AS PROVEDORAS DE REDES SOCIAIS IMPLEMENTEM UM SISTEMA DE TRANSPARÊNCIA QUE NOTIFICA O USUÁRIO SEMPRE QUE SEU CONTEÚDO FOR REMOVIDO, EXPLICANDO COM DETALHES A FUNDAMENTAÇÃO DA MEDIDA APLICADA E DANDO AO USUÁRIO O DIREITO DE PEDIDO DE REVISÃO DA DECISÃO.

PARA **CRISTINA TARDÁGUILA**, FUNDADORA DA AGÊNCIA LUPA, A PRIMEIRA AGÊNCIA DE CHECAGEM DO BRASIL, FICA MUITO CLARO QUE AS PLATAFORMAS TÊM MUITA DIFICULDADE DE EXECUTAR SUAS PRÓPRIAS POLÍTICAS, CASO CONTRÁRIO, TERÍAMOS UM ESPAÇO VIRTUAL MAIS SAUDÁVEL E COM MENOS DESINFORMAÇÃO.

SONORA EP 3 - Áudio 11.mp3

TEXTO É IMPORTANTE RESSALTAR QUE SERÃO AS PRÓPRIAS PLATAFORMAS COMO FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM E WHATSAPP, QUE TERÃO A RESPONSABILIDADE DE DESENVOLVER TECNOLOGIAS E MECANISMOS PARA SE ADEQUAR À NOVA LEGISLAÇÃO.

CASO DEMONSTREM INCAPACIDADE DE CUMPRIR AS NOVAS REGRAS PODERÃO SOFRER MULTAS DE ATÉ 10% DO SEU FATURAMENTO TOTAL NO BRASIL.

TÉCNICA: TRANSIÇÃO - AMBIENTE DE MISTÉRIO / SEGREDO

APESAR DOS VÁRIOS BENEFÍCIOS QUE EXISTEM EM EXIGIR MAIS TRANSPARÊNCIA DOS PROVEDORES DE QUE SE TRATA

A LEI, E DE ESTAR CLARO QUE ESSAS MEDIDAS DE REGULAMENTAÇÃO DE PLATAFORMAS PODEM SIM TORNAR A INTERNET UM AMBIENTE MAIS SAUDÁVEL E MENOS PROPÍCIO À DESINFORMAÇÃO, COMO DIZ O DITADO: O DIABO ESTÁ NOS DETALHES...

ALGUNS DISPOSITIVOS ESPECÍFICOS DO PL AINDA SÃO MOTIVO DE GRAVES DISCORDÂNCIAS ENTRE O PRÓPRIO CONGRESSO E DO CONGRESSO PARA COM A SOCIEDADE CIVIL.

COMO, POR EXEMPLO, O **ARTIGO 22**, QUE PROPÕE ESTENDER A **IMUNIDADE PARLAMENTAR** PARA AS REDES SOCIAIS.

CASO APROVADA COMO ESTÁ, AS PLATAFORMAS TERÃO TODO O PODER PARA MODERAR CONTEÚDO E APLICAR SANÇÕES, DE ACORDO COM OS SEUS TERMOS DE USO, AO CIDADÃO COMUM; MAS CASO SEJA NECESSÁRIO APLICAR ESSAS MESMAS SANÇÕES À UMA PUBLICAÇÃO FEITA POR ALGUM PARLAMENTAR, A QUESTÃO NÃO SERÁ JULGADA EXCLUSIVAMENTE PELA PLATAFORMA COMO EM TODOS OS OUTROS CASOS, MAS PODERÁ SER LEVADA A UM TRIBUNAL CONSTITUCIONAL APROPRIADO PARA SER JULGADA EM INSTÂNCIA MAIOR.

A JORNALISTA **BIA BARBOSA**, QUE PARTICIPOU ATIVAMENTE NOS DEBATES DO PL2630 JUNTO AO CONGRESSO COMO REPRESENTANTE DA COALIZÃO DIREITOS NA REDE, EXPLICA QUE, APESAR DE SER FAVORÁVEL AO PL POR ACHAR QUE O PROJETO DE LEI CONTÉM MAIS PONTOS POSITIVOS QUE NEGATIVOS, DISPOSITIVOS COMO O ARTIGO 22 PODEM ACABAR GERANDO UM CENÁRIO DE IMPUNIDADE PARA PARLAMENTARES.

SONORA EP 3 - Áudio 12.mp3

TEXTO **TÉCNICA: TRANSIÇÃO - INTENSIDADE (SE POSSÍVEL, ADICIONAR MÚSICA DE FUNDO)**

AS POLÊMICAS NÃO PARAM POR AÍ: UMA DAS PROPOSTAS MAIS CONTROVERSAS DE TODO O PL2630 É O **ARTIGO 38**.

CONSIDERADO POR MUITOS UM JABUTI — QUE É UM JARGÃO POLÍTICO PARA INDICAR UMA PROPOSTA LEGISLATIVA SEM RELAÇÃO ALGUMA COM O OBJETIVO PRINCIPAL DE UM PROJETO — O ARTIGO 38 DETERMINA QUE OS **PROVEDORES DEVERÃO REMUNERAR VEÍCULOS DE IMPRENSA** PELA

UTILIZAÇÃO DE CONTEÚDO JORNALÍSTICO. PORÉM, O TEXTO NÃO DÁ DETALHES SUFICIENTES SOBRE COMO VAI FUNCIONAR ESSA REMUNERAÇÃO; O QUE SERÁ CONSIDERADO CONTEÚDO JORNALÍSTICO OU QUEM FARÁ A FISCALIZAÇÃO DISSO TUDO.

NUM MANIFESTO ASSINADO PELA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISTAS INVESTIGATIVOS E MAIS 9 ASSOCIAÇÕES DE JORNALISMO E IMPRENSA, AS ENTIDADES PEDEM PELA RETIRADA DO ARTIGO 38 DO PL E FAZEM UM ALERTA: "O NÍVEL DE ABERTURA PERMITIDO PELA REDAÇÃO SIGNIFICA LIBERDADE QUASE TOTAL PARA UMA REGULAMENTAÇÃO PELO EXECUTIVO, COM LIMITADAS POSSIBILIDADES DE PARTICIPAÇÃO SOCIAL E DE DEBATE PÚBLICO QUALIFICADO".

RAMÊNIA VIEIRA, QUE FAZ PARTE DA COORDENAÇÃO DO COLETIVO BRASIL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - INTERVOZES, AFIRMA QUE O ARTIGO SOBRE REMUNERAÇÃO DO JORNALISMO ACABA FAVORECENDO AINDA MAIS A CONCENTRAÇÃO DE PODER ECONÔMICO NAS MÃOS DE UM SELETO GRUPO DE EMPRESAS DE COMUNICAÇÃO.

SONORA EP 3 - Áudio 13.mp3

TEXTO **TÉCNICA: SONS DE TECNOLOGIA/DADOS DIGITAIS**

OUTRO PONTO DE ATENÇÃO É O **ARTIGO 39** DO PL, QUE OBRIGA OS PROVEDORES DE APLICAÇÕES COMO FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM, A **GUARDAREM OS REGISTROS DE ACESSO DE SEUS USUÁRIOS PELO PRAZO DE UM ANO**.

O PRAZO ANTERIOR PARA A GUARDA DESSES REGISTROS ERA DE 6 MESES E HAVIA SIDO ESTIPULADO PELA LEI Nº 12.965, DE 23 DE ABRIL DE 2014, QUE ESTABELECE PRINCÍPIOS, GARANTIAS, DIREITOS E DEVERES PARA O USO DA INTERNET NO BRASIL.

OU SEJA, O PL2630 PROPÕE DOBRAR O TEMPO QUE OS PROVEDORES PODEM ARMAZENAR INFORMAÇÕES PESSOAIS DE SEUS USUÁRIOS E NÃO APRESENTA EM SEU TEXTO JUSTIFICATIVA ALGUMA PARA ESSE AUMENTO DE VIGILÂNCIA EM CIMA DO CIDADÃO BRASILEIRO.

PARA **MARIANA RIELLI**, COORDENADORA DE PROJETOS NA ASSOCIAÇÃO DATA PRIVACY BRASIL, UMA ONG QUE PRODUZ PESQUISAS SOBRE PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS, PROPOSTAS COMO O ARTIGO 39 INVERTEM A LÓGICA DA PRESUNÇÃO DE INOCÊNCIA.

SONORA EP 3 - Áudio 14.mp3

TEXTO **TÉCNICA: SONS DE CADEIA/CHAVE TRANCANDO NA PRISÃO**
PARA FECHAR COM CHAVE DE OURO AS CONTROVÉRSIAS DO PROJETO, MESMO SEM UMA DEFINIÇÃO PARA DESINFORMAÇÃO OU NOTÍCIAS FALSAS, EM SEU **ARTIGO 36** O PL **TIPIFICA COMO CRIME** A DISSEMINAÇÃO EM MASSA DE MENSAGENS QUE CONTENHAM [ABRE ASPAS] "FATO QUE SABE INVERÍDICO E PASSÍVEIS DE SANÇÃO CRIMINAL" [FECHA ASPAS] OU QUE COMPROMETA A CREDIBILIDADE DO PROCESSO ELEITORAL; INCLUINDO PENA DE RECLUSÃO DE 1 A 3 ANOS + MULTA PARA QUEM COMETER O ILÍCITO.

PORÉM, ASSIM COMO NO CASO DOS TERMOS "DESINFORMAÇÃO" E "FAKE NEWS", EM NENHUM MOMENTO O TEXTO DO PROJETO ESCLARECE O QUE SERÁ CONSIDERADO LEGALMENTE COMO FATO INVERÍDICO PASSÍVEL DE SANÇÃO CRIMINAL.

O TEXTO TAMBÉM NÃO EXPLICA QUEM IRÁ DECIDIR SE UM CONTEÚDO É VERÍDICO OU NÃO.

RAMÊNIA VIEIRA, JORNALISTA QUE FAZ PARTE DA COORDENAÇÃO DO COLETIVO BRASIL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - INTERVOZES, ENTENDE QUE NÃO SERIA NECESSÁRIO CRIAR MAIS UMA TIPIFICAÇÃO DE CRIME PARA O PL2630. PARA ELA, OS CRIMES JÁ TIPIFICADOS NO CÓDIGO PENAL PODEM E DEVEM SER ENQUADRADOS DA MESMA FORMA CASO SEJAM PRATICADOS NA INTERNET.

SONORA EP 3 - Áudio 15.mp3

TEXTO **TÉCNICA: TRANSIÇÃO DE AMBIENTE**
DIANTE DE TANTA POLÊMICA, VALE LEMBRAR QUE O BRASIL NÃO É O ÚNICO PAÍS QUE ENFRENTA DIFICULDADES PARA REGULAR O USO DA INTERNET COM O OBJETIVO DE COMBATER A DESINFORMAÇÃO.

AS FAKE NEWS SE TORNARAM UM PROBLEMA GLOBAL E OUTROS PAÍSES TAMBÉM JÁ TENTARAM COMBATER, ATRAVÉS DE NOVAS LEIS, A DIVULGAÇÃO MAL-INTENCIONADA DE NOTÍCIAS FALSAS.

MAS SEGUNDO **CRISTINA TARDÁGUILA**, DIRETORA ADJUNTA DA IFCN, UMA REDE INTERNACIONAL DE CHECADORES DE

INFORMAÇÃO, COM BASE EM LEVANTAMENTOS FEITOS EM MAIS DE 60 PAÍSES, AINDA NÃO EXISTEM PROVAS DE QUE COLOCAR EM VIGOR UMA LEI CONTRA FAKE NEWS REDUZ A DESINFORMAÇÃO...

SONORA EP 3 - Áudio 16.mp3

TEXTO E PIOR, EM MUITOS CASOS ESSAS LEIS ACABAM SENDO USADAS DE MANEIRA EQUIVOCADA E AUTORITÁRIA PELOS SEUS GOVERNANTES.

SONORA EP 3 - Áudio 17.mp3

TEXTO SE COMBATER FAKE NEWS ATRAVÉS DE LEIS E PUNIÇÕES NÃO PARECE FUNCIONAR COMO IMAGINADO, QUAIS SERIAM AS ALTERNATIVAS PARA TORNAR A INTERNET UM AMBIENTE PAUTADO POR DEBATES E INTERAÇÕES BASEADAS EM FATOS, E NÃO EM INVENÇÕES COM OBJETIVO DE MANIPULAR A OPINIÃO PÚBLICA?

É POR ISSO QUE, PARA O PROFESSOR E JORNALISTA **ROGÉRIO CHRISTOFOLETTI,** É IMPORTANTÍSSIMO QUE TODA A SOCIEDADE SE MOBILIZE PARA COMBATER AS FAKE NEWS NA INTERNET JÁ QUE ESSE É UM PROBLEMA DE TODOS OS CIDADÃOS E NÃO PODE SER DETERMINADO POR UM GOVERNO OU ESTADO.

SONORA EP 3 - Áudio 18.mp3

ENCERRAMENTO: MÚSICA TEMA

FECHA NESSE EPISÓDIO VOCÊ VIU COMO O PL2630, QUE COMEÇOU COMO UMA PROPOSTA DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO, ESBARROU EM OBSTÁCULOS CONCEITUAIS IMPORTANTES E, POR PRESSÃO DE DENTRO E DE FORA DO CONGRESSO, TEVE QUE SER DRASTICAMENTE MODIFICADO ATÉ CHEGAR EM SUA ÚLTIMA VERSÃO, MAIS MODERADA — QUE PROPÕE SOBRE A REGULAMENTAÇÃO DAS PLATAFORMAS ONLINE AO INVÉS DO COMBATE DIRETO À DESINFORMAÇÃO.

MAS APESAR DE A PRESSÃO POPULAR TER SURTIDO EFEITO

E OBRIGADO OS PARLAMENTARES A ALTERAR RADICALMENTE O PL DAS FAKE NEWS POR CAUSA DOS PERIGOS IMINENTES DE SE CRIAR TODA UMA LEGISLAÇÃO BASEADO EM UM CONCEITO AINDA SEM DEFINIÇÃO…

FORA DO CONGRESSO SURGIU UMA OUTRA INICIATIVA JUDICIAL DE COMBATE DIRETO E FERRENHO À POSSÍVEIS DISSEMINADORES DE FAKE NEWS…

NO PRÓXIMO EPISÓDIO VAMOS FALAR SOBRE O DESDOBRAMENTO MAIS DRAMÁTICO E SURPREENDENTE DO COMBATE À DESINFORMAÇÃO NO BRASIL; PROTAGONIZADO, DESSA VEZ, PELO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL.

TAMBÉM VAMOS FALAR SOBRE POSSÍVEIS ALTERNATIVAS NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO PARA ALÉM DE NOVAS LEGISLAÇÕES, E O QUE PODEMOS ESPERAR DO FUTURO DO COMBATE À DESINFORMAÇÃO NO BRASIL.

ATÉ LÁ.

EP 04 - PARA ONDE VAMOS?

VINHETA - (A DEFINIR)

ABRE: TODOS OS DIAS, VOCÊ E EU SOMOS BOMBARDEADOS COM UM MILHÃO DE INFORMAÇÕES NA INTERNET.

SÓ NAS REDES SOCIAIS, NESTE EXATO MINUTO, ENQUANTO VOCÊ ME ESCUTA, APROXIMADAMENTE 347 MIL NOVOS STORIES SÃO POSTADOS NO INSTAGRAM, 147 MIL FOTOS SÃO PUBLICADAS NO FACEBOOK E 41 MILHÕES DE MENSAGENS SÃO TROCADAS PELO WHATSAPP.

NÃO DÁ PARA NEGAR: A INTERNET MUDOU A MANEIRA COMO A GENTE CONSOME INFORMAÇÃO, E NÃO SÓ ISSO…

A MANEIRA COMO A GENTE FAZ COMPRAS, COMO A GENTE INTERAGE COM OS AMIGOS, COMO ASSISTIMOS FILMES, PRODUZIMOS ARTE, DESCOBRIMOS COISAS NOVAS… TUDO ISSO MUDOU DRASTICAMENTE COM A INTERNET.

E É CLARO... A POLÍTICA NÃO PODERIA FICAR DE FORA.

A INTERNET ABRIU UMA SÉRIE DE POSSIBILIDADES DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES QUE ACABARAM TRAZENDO CONSEQUÊNCIAS SERÍSSIMAS PARA O DEBATE POLÍTICO.

HOJE, QUALQUER UM COM ACESSO À INTERNET, MESMO QUE NÃO SEJA JORNALISTA PROFISSIONAL, PODE ESCREVER UM TEXTO, DAR A SUA OPINIÃO E DIVULGAR INFORMAÇÕES COM A MESMA APARÊNCIA DAS NOTÍCIAS QUE SÃO OFERECIDAS PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO TRADICIONAIS COMO OS GRANDES JORNAIS, AS RÁDIOS E AS TVS.

ISSO SIGNIFICA QUE VOCÊ, SEUS AMIGOS, SEU VIZINHO, AS PESSOAS QUE VOCÊ CONFIA E ATÉ MESMO AS PESSOAS QUE VOCÊ NÃO CONFIA…

TODOS PODEM COMEÇAR A DIVULGAR INFORMAÇÕES AGORA MESMO DESDE QUE TENHAM ACESSO À INTERNET, UM SMARTPHONE OU UM COMPUTADOR.

A PERGUNTA É: SERÁ QUE ESTAMOS PREPARADOS PARA DISCERNIR ENTRE O QUE É FAKE E O QUE É FATO NO MEIO DESSE BOMBARDEIO DE NOTÍCIAS?

NESTE PODCAST VAMOS INVESTIGAR O FENÔMENO DAS FAKE NEWS NO DEBATE POLÍTICO, SUAS ORIGENS, CONSEQUÊNCIAS E POSSÍVEIS DESDOBRAMENTOS, INCLUINDO PROPOSTAS POLÊMICAS DE LEIS PARA COMBATER A DESINFORMAÇÃO.

NESTE QUARTO E ÚLTIMO EPISÓDIO VAMOS FALAR SOBRE O POLÊMICO INQUÉRITO DAS FAKE NEWS, EXPEDIDO PELA MAIS ALTA CORTE DO PAÍS, E SOBRE POSSÍVEIS ALTERNATIVAS DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO PARA ALÉM DO ÂMBITO LEGISLATIVO.

TÉCNICA - MÚSICA TEMA

TEXTO O PROJETO DE LEI 2630, QUE FICOU CONHECIDO POPULARMENTE COMO LEI DAS FAKE NEWS, DEFINE CRITÉRIOS DE MODERAÇÃO DE CONTEÚDO E TRANSPARÊNCIA PARA O FUNCIONAMENTO DE PLATAFORMAS COMO FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM, E ATÉ APLICATIVOS DE MENSAGENS INSTANTÂNEAS, COMO WHATSAPP E TELEGRAM.

MESMO TENDO COMO PRINCIPAL OBJETIVO A REGULAMENTAÇÃO DAS PLATAFORMAS PROVEDORAS DE REDES SOCIAIS, EM UM DOS POUQUÍSSIMOS ARTIGOS EM QUE FALA DIRETAMENTE SOBRE O FENÔMENO DA DESINFORMAÇÃO, O PL2630 TIPIFICA COMO CRIME A DISSEMINAÇÃO EM MASSA DE MENSAGENS QUE CONTENHAM NOTÍCIAS FALSAS PASSÍVEIS DE PUNIÇÃO, INCLUINDO PENA DE RECLUSÃO DE 1 A 3 ANOS + MULTA.

APESAR DE NINGUÉM DISCORDAR DE QUE É EXTREMAMENTE IMPORTANTE COMBATER A DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS NA INTERNET, MUITOS ESPECIALISTAS ALERTAM PARA O RISCO DE COLOCAR SOB A RESPONSABILIDADE DE INSTITUIÇÕES PÚBLICAS O DEVER DE DECIDIR O QUE DEVE SER CONSIDERADO VERDADE E O QUE DEVE SER CONSIDERADO MENTIRA.

PARA A DIRETORA DA ABRAJI, A ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO, **KATIA BREMBATTI**, NÃO CABE AO CONGRESSO NACIONAL, POR EXEMPLO, TENTAR ESTABELECER CRITÉRIOS PARA DETERMINAR O QUE PODE SER CONSIDERADO VERÍDICO OU NÃO.

SONORA **EP 4 - Áudio 1.mp3**

TEXTO PARA ENTENDER MELHOR ESSE CENÁRIO DE TANTA DISCUSSÃO E CONTROVÉRSIA A RESPEITO O PL 2630, É NECESSÁRIO VOLTAR NO TEMPO, CERCA DE UM ANO ANTES DO PL TER SIDO SEQUER APRESENTADO NO CONGRESSO, E ENCARAR AS REPERCUSSÕES CAUSADAS PELO SEU PRIMO MAIS VELHO — O INQUÉRITO Nº 4.781 DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL.

TÉCNICA: TRANSIÇÃO DE CENÁRIO + MÚSICA-AMBIENTAÇÃO DE CURIOSIDADE/MISTÉRIO

INDO DE ENCONTRO À CORRENTE QUE ACREDITA QUE NÃO É DEVER DAS INSTITUIÇÕES DO ESTADO TOMAR PARTIDO SOBRE O QUE DEVE SER CONSIDERADO VERDADE OU NÃO — NO DIA 14 DE MARÇO DE 2019, O ENTÃO PRESIDENTE DO STF, MINISTRO DIAS TOFFOLI, INSTAUROU UM INQUÉRITO SIGILOSO COM O OBJETIVO DE INVESTIGAR E COMBATER DISSEMINADORES DE NOTÍCIAS CONSIDERADAS FALSAS E DIFAMATÓRIAS SOBRE OS PRÓPRIOS MINISTROS DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL.

O INQUÉRITO DE Nº 4.781 DO STF LOGO FICOU CONHECIDO COMO INQUÉRITO DAS FAKE NEWS, E O MINISTRO ALEXANDRE DE MORAES FOI NOMEADO COMO SEU RELATOR.

VALE LEMBRAR QUE NOS ANOS ANTERIORES À INSTAURAÇÃO DESSE INQUÉRITO, ERA CADA VEZ MAIS FREQUENTE O STF OCUPAR OS HOLOFOTES DOS NOTICIÁRIOS PERIÓDICOS COM DECISÕES CONSIDERADAS IMPOPULARES POR UMA PARCELA SIGNIFICATIVA DA SOCIEDADE BRASILEIRA; ESPECIALMENTE QUANDO SE TRATAVA DE DECISÕES PELA SOLTURA DE POLÍTICOS CONDENADOS POR CORRUPÇÃO.

COM A INTERNET GANHANDO CADA VEZ MAIS FORÇA E INFLUÊNCIA NO DEBATE PÚBLICO, LOGO COMEÇARAM A PIPOCAR INCONTÁVEIS MANIFESTAÇÕES DE REPÚDIO AOS MINISTROS DO STF E SUAS DECISÕES NAS REDES SOCIAIS…

FOI AÍ QUE O MINISTRO DIAS TOFFOLI, ENTENDENDO QUE MUITAS DESSAS PUBLICAÇÕES ATINGIAM A HONRA E A SEGURANÇA DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL E PROMOVIAM GRAVES OFENSAS À CORTE E SEUS INTEGRANTES COM CONTEÚDO DE ÓDIO E DE OPOSIÇÃO ÀS AUTORIDADES, RESOLVEU INSTAURAR O INQUÉRITO DAS FAKE NEWS, SUGERINDO SÉRIOS INDÍCIOS DE PRÁTICAS DE CRIMES POR PARTE DOS PRINCIPAIS INFLUENCIADORES DESSE MOVIMENTO DE REPÚDIO À SUPREMA CORTE E SUAS DECISÕES JURÍDICAS.

SEGUNDO O PRÓPRIO TEXTO DO INQUÉRITO, HAVERIA INDÍCIOS DE QUE AS POSTAGENS SERIAM DISSEMINADAS POR INTERMÉDIO DE CONTAS AUTOMATIZADAS E DE QUE EXISTIRIA TODO UM SISTEMA ORGANIZADO COM FINANCIAMENTO SECRETO DE EMPRESÁRIOS LIGADOS AOS PROTESTOS VIRTUAIS.

A INSTAURAÇÃO DO INQUÉRITO DAS FAKE NEWS PELO STF NÃO SÓ FOI UM PRECURSOR PARA A DISCUSSÃO SOBRE O PAPEL DO ESTADO NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO, COMO TAMBÉM PROVOCOU GRAVES CONTROVÉRSIAS NO PRÓPRIO MEIO JURÍDICO.

PARA MUITOS ADVOGADOS E JURISTAS, A PRÓPRIA ABERTURA DO INQUÉRITO PELO STF SERIA INCONSTITUCIONAL, TENDO EM VISTA QUE O PRECEDENTE TORNA OS MINISTROS, AO MESMO TEMPO, VÍTIMAS, INVESTIGADORES E JUÍZES DO CASO.

PARA O MINISTRO, **MARCO AURÉLIO MELLO** — O ÚNICO MINISTRO DA SUPREMA CORTE QUE SE OPÔS PUBLICAMENTE À INSTAURAÇÃO DO INQUÉRITO — O ÓRGÃO QUE ACUSA NÃO PODE SER O MESMO QUE JULGA, CASO CONTRÁRIO, NÃO HÁ GARANTIA DE IMPARCIALIDADE NO JULGAMENTO.

SONORA EP 4 - Áudio 2.mp3

TEXTO **TÉCNICA: MÚSICA-THRILLER/AÇÃO / CRESCENDO**

EM MENOS DE UM MÊS APÓS TER SIDO INSTAURADO O INQUÉRITO DAS FAKE NEWS NO STF, O MINISTRO ALEXANDRE DE MORAES, RELATOR DO INQUÉRITO, MANDOU DERRUBAR UMA MATÉRIA DA REVISTA CRUSOÉ QUE APONTAVA UM POSSÍVEL ENVOLVIMENTO DO ENTÃO PRESIDENTE DO STF, DIAS TOFFOLI, NUM ESQUEMA DE CORRUPÇÃO ENVOLVENDO A CONSTRUTORA ODEBRECHT.

SEGUNDO ALEXANDRE DE MORAES, HOUVE UM [ABRE ASPAS] “CLARO ABUSO NO CONTEÚDO DA MATÉRIA VEICULADA” [FECHA ASPAS]. O MINISTRO TERMINOU POR CLASSIFICAR A MATÉRIA COMO UM TÍPICO EXEMPLO DE FAKE NEWS.

AGINDO DENTRO DO INQUÉRITO SIGILOSO, NOS MESES SUBSEQUENTES O MINISTRO ALEXANDRE DE MORAES ORDENOU PELO MENOS 50 OPERAÇÕES DE BUSCA E APREENSÃO. OS ALVOS DAS OPERAÇÕES INCLUEM EMPRESÁRIOS, YOUTUBERS, JORNALISTAS, BLOGUEIROS,

DEPUTADOS, ASSESSORES DE DEPUTADOS E ATÉ MILITARES E ARTISTAS — TODOS OS ALVOS EM ALGUM MOMENTO UTILIZARAM A INTERNET PARA SE POSICIONAR CONTRA OS MINISTROS DA SUPREMA CORTE E SUAS DECISÕES.

COMO O INQUÉRITO CORRE SOB SIGILO, AS PROVAS UTILIZADAS PARA JUSTIFICAR AS OPERAÇÕES DE BUSCA E APREENSÃO NÃO FORAM ABERTAS AO PÚBLICO E OS ADVOGADOS DOS RÉUS NESSES CASOS AFIRMAM TAMBÉM NÃO TER CONSEGUIDO ACESSO AO INQUÉRITO COMPLETO.

O MESMO INQUÉRITO TAMBÉM FOI UTILIZADO PARA JUSTIFICAR ORDENS DE PRISÃO NESSE PERÍODO, DENTRE ELAS, O CASO QUE MAIS GANHOU DESTAQUE NA IMPRENSA FOI A PRISÃO DO DEPUTADO FEDERAL PELO PSL DO RIO DE JANEIRO, DANIEL SILVEIRA.

O DEPUTADO FOI PRESO POR PUBLICAR UM VÍDEO EM SUAS REDES SOCIAIS CONTENDO DUROS ATAQUES PESSOAIS AOS MINISTROS DO SUPREMO TRIBUNAL.

SONORA EP 4 - Áudio 3.mp3
TRECHO - DANIEL SILVEIRA SOBRE O STF

TEXTO EM SEU DESDOBRAMENTO MAIS RECENTE, O INQUÉRITO Nº 4.781 FOI UTILIZADO PARA JUSTIFICAR UM PEDIDO DE SUSPENSÃO DO TELEGRAM NO BRASIL.

SEGUNDO O MINISTRO RELATOR DO INQUÉRITO, ALEXANDRE DE MORAES, O APLICATIVO DE MENSAGENS INSTANTÂNEAS HAVIA DESCUMPRIDO DETERMINAÇÕES DO PRÓPRIO ALEXANDRE DE MORAES QUE EXIGIA QUE A EMPRESA BANISSE DE SUA PLATAFORMA OS PERFIS E CANAIS DE INFLUENCIADORES CONSIDERADOS RÉUS NO INQUÉRITO DAS FAKE NEWS… E POR CAUSA DESSE DESCUMPRIMENTO, O APLICATIVO DEVERIA SER SUSPENSO EM TODO TERRITÓRIO NACIONAL.

TÉCNICA: TRANSIÇÃO (ENCERRAR A HISTÓRIA)

TRÊS ANOS DEPOIS DA INSTAURAÇÃO DO INQUÉRITO DAS FAKE NEWS PELO STF, COM CENTENAS DE DOCUMENTOS, COMPUTADORES E CELULARES APREENDIDOS, DEZENAS DE PESSOAS INTERROGADAS E ALGUMAS PRISÕES… ATÉ O MOMENTO DA GRAVAÇÃO DESSE PODCAST AINDA NÃO FORAM APRESENTADAS PROVAS QUE CONFIRMEM A EXISTÊNCIA DE UM ESQUEMA CRIMINOSO ORGANIZADO PARA

DISSEMINAR NOTÍCIAS FALSAS CONTRA ÀS AUTORIDADES DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL E ENFRAQUECER AS INSTITUIÇÕES DEMOCRÁTICAS… PORÉM, O INQUÉRITO CONTINUA ABERTO E PROMOVENDO UMA SÉRIE DE INVESTIGAÇÕES.

PARA **CAIO MACHADO**, DIRETOR DO INSTITUTO VERO, UM INSTITUTO VOLTADO PARA A CONSTRUÇÃO DE SOLUÇÕES PARA O COMBATE À DESINFORMAÇÃO, O INQUÉRITO DO STF É PROBLEMÁTICO POR SER INSTITUCIONALMENTE FRÁGIL E, POR ISSO, PODE ESTAR SEMEANDO PROBLEMAS FUTUROS DE INTERPRETAÇÃO JURÍDICA.

SONORA **EP 4 - Áudio 4.mp3**

TEXTO DIANTE DAS CONTROVÉRSIAS GERADAS PELA TENTATIVA DE SE COMBATER FAKE NEWS COM A MODERAÇÃO DO ESTADO, SURGE TAMBÉM O QUESTIONAMENTO SE EXISTE MESMO A NECESSIDADE DE UMA NOVA LEI PARA COMBATER ESSE FENÔMENO OU SE AS LEIS JÁ EXISTENTES E CRIMES JÁ TIPIFICADOS NO CÓDIGO PENAL SÃO SUFICIENTES PARA PUNIR LEGALMENTE QUEM DIVULGAR NOTÍCIAS FALSAS.

TÉCNICA: SOM DE TRIBUNAL/JUIZ BATENDO MARTELO…

POR EXEMPLO, HOJE EM DIA, NA MAIORIA DAS VEZES EM QUE SE ACUSA ALGUÉM DE DIVULGAR FAKE NEWS E DESINFORMAÇÃO, ESPECIALMENTE NO CENÁRIO POLÍTICO DE DISPUTA ELEITORAL, ISSO OCORRE POR CAUSA DE ALGUM ATAQUE OU OFENSA PESSOAL.

QUANDO A FAKE NEWS É UM ATAQUE CONTRA A HONRA E A REPUTAÇÃO DE ALGUÉM, COM O OBJETIVO DE DESCREDIBILIZAR A IMAGEM DESSA PESSOA DIANTE DA OPINIÃO PÚBLICA, EXISTE A POSSIBILIDADE DE ENQUADRAR LEGALMENTE O OCORRIDO COMO CRIME DE CALÚNIA E DIFAMAÇÃO, JÁ TIPIFICADOS NO CÓDIGO PENAL BRASILEIRO NOS ARTIGOS 138 E 139.

INCLUSIVE, O ARTIGO 138 DO CÓDIGO PENAL TIPIFICA A CALÚNIA COMO ACUSAR ALGUÉM DE UM CRIME QUE A PESSOA NÃO COMETEU, E AINDA INCLUI NA MESMA PENA QUALQUER PESSOA QUE SABENDO DA MENTIRA, A DIVULGA MESMO ASSIM.

NO CONTEXTO DA INTERNET, ISSO SIGNIFICA QUE NÃO SÓ O CRIADOR DA FAKE NEWS PODE SER RESPONSABILIZADO

PELO CRIME DE CALÚNIA, MAS QUALQUER PESSOA QUE SAIBA DA FALSIDADE DA NOTÍCIA E MESMO ASSIM A COMPARTILHA E DIVULGA POR QUAISQUER QUE SEJAM OS MOTIVOS .

JÁ O ARTIGO 139 DO CÓDIGO PENAL BRASILEIRO TIPIFICA O CRIME DE DIFAMAÇÃO COMO, [ABRE ASPAS] "DIFAMAR ALGUÉM, IMPUTANDO-LHE FATO OFENSIVO À SUA REPUTAÇÃO" [FECHA ASPAS]. OU SEJA, ALGO QUE PRATICAMENTE TODA FAKE NEWS FAZ.

MAS NÃO PARA POR AÍ…

EXISTE TAMBÉM, NO ARTIGO 171 DO CÓDIGO PENAL, A LEI QUE CARACTERIZA O CRIME DE ESTELIONATO COMO O USO DE ARTIMANHAS E MEIOS FRAUDULENTOS PARA INDUZIR ALGUÉM AO ERRO EM TROCA DE UMA VANTAGEM INDEVIDA PARA SI. O QUE DESCREVE COM PRECISÃO A ATIVIDADE DA INDÚSTRIA DE NOTÍCIAS FALSAS.

SOBRE ESSE TEMA, O ADVOGADO ESPECIALIZADO EM DIREITO DIGITAL, **RENATO MORAES**, FAZ UM ALERTA CONTRA UM CENÁRIO QUE ELE CHAMA DE INFLAÇÃO LEGISLATIVA NO BRASIL, ONDE QUALQUER IMPASSE VIRA MOTIVO PARA A CRIAÇÃO DE NOVAS LEIS.

SONORA **EP 4 - Áudio 5.mp3**

TEXTO É IMPORTANTE PENSAR TAMBÉM QUE MESMO QUE HAJA UMA LEI PARA COMBATER A DESINFORMAÇÃO, OS DESAFIOS LOGÍSTICOS E TECNOLÓGICOS PARA CONTER DE FATO A PRODUÇÃO DE FAKE NEWS EM GRANDE ESCALA SERIAM ENORMES.

HOJE EM DIA EXISTE TANTA INFORMAÇÃO NA INTERNET, MAS TANTA INFORMAÇÃO… QUE SERIA HUMANAMENTE IMPOSSÍVEL CHECAR TUDO ISSO A TEMPO DE IMPEDIR QUE UMA POSSÍVEL NOTÍCIA FALSA SEJA DIVULGADA E ENGANE ALGUM LEITOR.

A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO ONLINE ACONTECE TÃO RAPIDAMENTE, E COM TANTA INTENSIDADE, QUE NA MAIORIA DAS VEZES SÓ DÁ PARA VERIFICAR QUE UMA NOTÍCIA É FALSA DEPOIS QUE ELA JÁ FOI LIDA E COMPARTILHADA POR MILHARES OU TALVEZ MILHÕES DE PESSOAS.

PARA A JORNALISTA **CRISTINA TARDÁGUILA**, DIRETORA DA

IFCN - UMA REDE INTERNACIONAL DE JORNALISTAS CHECADORES DE INFORMAÇÃO, AO INVÉS DE APOSTAR NA CAÇA AOS PRODUTORES E DIVULGADORES DE FAKE NEWS, QUE APRESENTA DESAFIOS TECNOLÓGICOS MUITO COMPLEXOS, A MELHOR MANEIRA DE COMBATER A DESINFORMAÇÃO É COM MAIS INFORMAÇÃO.

SONORA EP 4 - Áudio 6.mp3

TEXTO PARA QUE HAJA UM DEBATE PÚBLICO DE QUALIDADE, NÃO HÁ DÚVIDAS DE QUE É PRECISO COMBATER A DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS.

O GRANDE IMPASSE É SOBRE COMO PODEMOS COMBATER NOTÍCIAS FALSAS DE MANEIRA EFICAZ, SEM OFERECER RISCOS À LIBERDADE DE EXPRESSÃO E BRECHAS PARA DECISÕES MAL FUNDAMENTADAS SOBRE O QUE PODE OU NÃO SER DIVULGADO, SOBRE O QUE É OU NÃO VERDADEIRO...

SERÁ QUE UMA LEI É MESMO A MELHOR MANEIRA DE CHEGAR LÁ?

TALVEZ AQUI POSSA ENTRAR UMA TÉCNICA COM UM PONTO DE ESCLAMAÇÃO SONORO!!!

ROGÉRIO CHRISTOFOLETTI, DIRETOR DO OBSERVATÓRIO DA ÉTICA JORNALÍSTICA E PROFESSOR DE JORNALISMO NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA, ACREDITA QUE A LEI É NECESSÁRIA, MAS EXPLICA QUE SUA MERA APROVAÇÃO NÃO SIGNIFICA QUE AS FAKE NEWS VÃO PARAR DE EXISTIR INSTANTANEAMENTE. ELE REAFIRMA QUE SERÁ NECESSÁRIO UM BOM SISTEMA DE FISCALIZAÇÃO PARA QUE HAJA DE FATO ALGUMA MUDANÇA.

SONORA EP 4 - Áudio 7.mp3

TEXTO UMA ALTERNATIVA PROMISSORA QUE VEM GANHANDO CADA VEZ MAIS ESPAÇO NESSE DEBATE E NÃO DEPENDE DE LEI ALGUMA PARA SER REALIZADA, APENAS EXIGE A PARTICIPAÇÃO DA SOCIEDADE, É A PROMOÇÃO DE UMA EDUCAÇÃO CRÍTICA DIGITAL...

QUE NADA MAIS É QUE UMA EDUCAÇÃO QUE EXPLIQUE COMO IDENTIFICAR A PROBABILIDADE DE UMA NOTÍCIA

ENCONTRADA NA INTERNET SER FALSA E QUAIS FERRAMENTAS PODEM SER UTILIZADAS PARA CHECAR ESSAS INFORMAÇÕES.

A AGÊNCIA LUPA, A PRIMEIRA EMPRESA ESPECIALIZADA EM CHECAGEM DE FATOS DO BRASIL, OFERECE, POR EXEMPLO, UM TREINAMENTO DE VERIFICAÇÃO PARA QUE QUALQUER PESSOA APRENDA COMO UTILIZAR AS FERRAMENTAS NA INTERNET PARA CHECAR SE UMA NOTÍCIA É FALSA OU NÃO.

O BRAÇO EDUCACIONAL DA AGÊNCIA LUPA, CONHECIDO COMO "LUPA EDUCAÇÃO", TEM COMO OBJETIVO CAPACITAR CIDADÃOS EM TÉCNICAS DE CHECAGEM.

CRISTINA TARDÁGUILA, FUNDADORA DA AGÊNCIA LUPA EXPLICA QUAL É O TRABALHO E O OBJETIVO DO PROJETO LUPA EDUCAÇÃO.

SONORA EP 4 - Áudio 8.mp3

TEXTO ATENTOS PARA A NECESSIDADE IMEDIATA DE PROMOVER UMA EDUCAÇÃO CRÍTICA NO ÂMBITO DIGITAL PARA A POPULAÇÃO BRASILEIRA, OUTRAS INSTITUIÇÕES PRIVADAS COM UM PÉ NO JORNALISMO TAMBÉM COMEÇARAM A OFERECER CURSOS E TREINAMENTOS.

OUTRO EXEMPLO É O CURSO CONECTADOS E LIGADOS, OFERECIDO ONLINE E GRATUITAMENTE PELO INSTITUTO VERO, UM INSTITUTO TAMBÉM VOLTADO PARA PROMOVER A EDUCAÇÃO CRÍTICA DIGITAL.

CAIO MACHADO, DIRETOR DO VERO, EXPLICA QUE O INSTITUTO IDENTIFICA A FALTA DE UMA EDUCAÇÃO CRÍTICA DIGITAL SOBRE AS INFORMAÇÕES QUE CIRCULAM NA INTERNET COMO A ESSÊNCIA DO PROBLEMA DA DESINFORMAÇÃO.

SONORA EP 4 - Áudio 9.mp3

TEXTO ATÉ MESMO O PRÓPRIO FACEBOOK, UMA DAS GRANDES EMPRESAS QUE TERÁ QUE SEGUIR À RISCA A NOVA LEI DAS FAKE NEWS, CASA ELA SEJA APROVADA…

TAMBÉM COMEÇOU A OFERECER ALTERNATIVAS DE COMBATE À DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS ATRAVÉS DA

EDUCAÇÃO CRÍTICA DIGITAL.

O CURSO “VAZA, FALSIANE” FINANCIADO PELO FACEBOOK É UMA INICIATIVA TOTALMENTE GRATUITA E ONLINE, VOLTADO PARA O PÚBLICO JOVEM E ADOLESCENTE.

POR CAUSA DISSO, O PRÓPRIO NOME DADO AO CURSO, “VAZA, FALSIANE”, É UMA ESPÉCIE DE GÍRIA MODERNA PARA SE REFERIR A PESSOAS FALSAS E MENTIROSAS. ALÉM DISSO O CURSO UTILIZA MUITOS MEMES E ATÉ YOUTUBERS FAMOSOS PARA ATRAIR AS PESSOAS DE FAIXA ETÁRIA MAIS JOVEM.

TÉCNICA **EP 4 - Áudio 10.mp3**
CHAMADA - VAZA, FALSIANE

TEXTO JÁ NO SETOR PÚBLICO, A UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO FOI UMA DAS PRIMEIRAS INSTITUIÇÕES A PROMOVER EDUCAÇÃO CRÍTICA DIGITAL DE MANEIRA ACESSÍVEL À POPULAÇÃO — A UNIVERSIDADE CRIOU UM CURSO ONLINE GRATUITO SOBRE COMO IDENTIFICAR FAKE NEWS VOLTADO EXCLUSIVAMENTE PARA PESSOAS IDOSAS.

ALIÁS, A ESCOLHA DE FOCAR NO PÚBLICO IDOSO CERTAMENTE NÃO FOI POR ACASO…

DE ACORDO COM UM ESTUDO CIENTÍFICO CONDUZIDO POR PESQUISADORES DA UNIVERSIDADE DE NOVA YORK E DIVULGADO PELA REVISTA CIENTÍFICA SCIENCE ADVANCES, QUE CONCLUIU QUE AS PESSOAS IDOSAS, DE 65 ANOS PARA CIMA, COMPARTILHAM SETE VEZES MAIS NOTÍCIAS FALSAS QUE OS USUÁRIOS MAIS JOVENS.

TÉCNICA **EP 4 - Áudio 11.mp3**
CHAMADA - CURSO USP

TEXTO CURIOSAMENTE, JÁ EXISTE TAMBÉM UMA PROPOSTA DE LEI TRAMITANDO NO CONGRESSO QUE VISA A IMPLEMENTAÇÃO DA EDUCAÇÃO DIGITAL COMO MATÉRIA OBRIGATÓRIA NAS ESCOLAS BRASILEIRAS.

APRESENTADO PELA DEPUTADA ANGELA AMIN, DO PARTIDO PROGRESSISTAS DE SANTA CATARINA, EM SETEMBRO DE 2020, O PROJETO DE LEI N. 4513, INSTITUI A POLÍTICA NACIONAL DE EDUCAÇÃO DIGITAL COM O OBJETIVO DE

GARANTIR A EDUCAÇÃO DIGITAL DA POPULAÇÃO MAIS JOVEM NAS ESCOLAS.

A IDEIA É ACRESCENTAR NO CURRÍCULO OBRIGATÓRIO DAS ESCOLAS PÚBLICAS, ATIVIDADES DE ENSINO QUE REFORCEM AS CAPACIDADES DE PERCEBER E ENTENDER COMO FUNCIONA ESSA TECNOLOGIA DE PRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO DA INFORMAÇÃO NA INTERNET.

O PROJETO ATUALMENTE TRAMITA EM CARÁTER CONCLUSIVO NAS COMISSÊOS DESIGNADAS DA CÂMARA, O QUE SIGNIFICA QUE BASTA SER APROVADO EM UNANIMIDADE POR ESSAS COMISSÕES PARA ENTRAR EM VIGOR, NÃO SENDO NECESSÁRIA UMA DELIBERAÇÃO NO PLENÁRIO.

SEGUNDO A AUTORA DO PROJETO DE LEI, DEPUTADA **ANGELA AMIN**, O CIDADÃO COMUM PRECISA, PRIMEIRO, SABER UTILIZAR AS NOVAS TECNOLOGIAS PARA QUE ESSE DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO POSSA RESULTAR DE FATO NUM DESENVOLVIMENTO TAMBÉM SOCIAL.

SONORA EP 4 - Áudio 12.mp3

TEXTO A QUESTÃO É… PARA QUE A EDUCAÇÃO CRÍTICA DIGITAL SE TORNE UMA SOLUÇÃO POPULAR ENTRE AS PESSOAS, NÃO DÁ PARA NEGAR QUE AINDA PRECISA HAVER UMA CONSCIENTIZAÇÃO GERAL SOBRE A IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO NO NOSSO DIA A DIA E SUAS CONSEQUÊNCIAS NA NOSSA VIDA.

É POR ISSO QUE PARA A PRESIDENTA DA FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, **MARIA JOSÉ BRAGA**, O COMBATE À DESINFORMAÇÃO EXIGE NÃO SÓ A PARTICIPAÇÃO DE TODA A SOCIEDADE PARA BUSCAR MELHORES SOLUÇÕES, MAS TAMBÉM ENVOLVE O PROCESSO DE REVALORIZAÇÃO DO JORNALISMO PROFISSIONAL COMO FONTE SEGURA PARA SE MANTER INFORMADO.

SONORA EP 4 - Áudio 13.mp3

TEXTO SEGUINDO A MESMA IDEIA EXPOSTA PELA PRESIDENTA DA FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS...

ROGÉRIO CHRISTOFOLETTI, JORNALISTA MESTRE EM LINGUÍSTICA E DOUTOR EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO,

TAMBÉM ACREDITA QUE É POSSÍVEL CHEGARMOS A UMA SOLUÇÃO PARA O PROBLEMA DAS FAKE NEWS, MAS PARA ISSO, É NECESSÁRIO QUE TODOS NÓS, COMO CIDADÃOS, TOMEMOS CONSCIÊNCIA DA IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO E DA NOTÍCIA E SUAS CONSEQUÊNCIAS PARA O NOSSO DIA A DIA.

SONORA **EP 4 - Áudio 14.mp3**

TÉCNICA DE TRANSIÇÃO - MÚSICA EM "CESCENDO"

TEXTO COMO FALAMOS NO PRIMEIRO EPISÓDIO DESSA SÉRIE DE PODCASTS, A DESINFORMAÇÃO NÃO É UM FENÔMENO NOVO. A MENTIRA É UTILIZADA COMO FERRAMENTA DE PERSUASÃO HÁ MILÊNIOS.

SABENDO DISSO, PARECE INGÊNUO ESPERAR QUE TANTO A LEI DAS FAKE NEWS QUANTO QUALQUER OUTRA ALTERNATIVA ELIMINE DE UMA VEZ POR TODAS A DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS NA INTERNET OU FORA DELA.

ALÉM DE UMA LEI COM DEFINIÇÕES AS MAIS CLARAS POSSÍVEIS DE CONCEITOS E UM SISTEMA DE FISCALIZAÇÃO FORTE, PARA QUE O COMBATE À DESINFORMAÇÃO SEJA VERDADEIRAMENTE EFICAZ É NECESSÁRIO QUE CADA CIDADÃO SAIBA QUESTIONAR TODA INFORMAÇÃO QUE RECEBE PELA INTERNET…

AQUELA NOTÍCIA QUE CHEGA PELO SEU WHATSAPP…
A MANCHETE QUE VOCÊ LEU NO FACEBOOK…
AQUELE STORIES RÁPIDO NO INSTAGRAM…

TODAS ESSAS INFORMAÇÕES QUE VOCÊ RECEBE DIARIAMENTE PELAS REDES SOCIAIS ESTÃO SUJEITAS AO ERRO E A MANIPULAÇÃO. POR ISSO É IMPORTANTÍSSIMO CONFIRMAR COM MAIS DE UMA FONTE SE UMA NOTÍCIA É VERDADEIRA.

AFINAL DE CONTAS, MESMO QUE A GENTE TIVESSE UMA LEI PERFEITA, COM LIMITES E DEFINIÇÕES MUITO BEM ESTABELECIDAS…

MESMO QUE A GENTE TAMBÉM TIVESSE UM SISTEMA DE FISCALIZAÇÃO EFICAZ E ABRANGENTE PARA GARANTIR QUE A LEI FOSSE SEMPRE RESPEITADA E INFRAÇÕES FOSSEM APLICADAS E SEUS AUTORES PUNIDOS…

TUDO ISSO CERTAMENTE IRIA DIMINUIR MUITO O NÚMERO DE NOTÍCIAS FALSAS QUE CIRCULAM POR AÍ, MAS MESMO ASSIM SEMPRE TERIA ALGUÉM, PELO MENOS UMA PESSOA, DIVULGANDO FAKE NEWS POR AÍ, CONCORDA? AFINAL, A MENTIRA E A DESINFORMAÇÃO FAZEM PARTE DA HISTÓRIA DO COMPORTAMENTO HUMANO AO LONGO DOS TEMPOS.

É POR ISSO QUE NÓS, COMO CIDADÃOS, NÃO PODEMOS NOS APOIAR UNICAMENTE EM LEIS E ÓRGÃOS REGULADORES PARA TER CERTEZA DE QUE NÃO IREMOS MAIS CAIR EM FAKE NEWS...

MAIS DO QUE NUNCA É PRECISO QUE APRENDAMOS A QUESTIONAR.

PARA A JORNALISTA **CRISTINA TARDÁGUILA**, NUM CENÁRIO REPLETO DE DESINFORMAÇÃO COMO É A INTERNET HOJE EM DIA, MANTER UMA POSIÇÃO CRÍTICA E ESTAR SEMPRE ATENTO E COM DÚVIDAS SOBRE O QUE VÊ OU LÊ, É MUITO IMPORTANTE.

SONORA EP 4 - Áudio 15.mp3

TEXTO **TÉCNICA - FUNDO MUSICAL PARA ENCERRAMENTO (SE POSSÍVEL)**

QUANTO MAIS NOS APROFUNDAMOS ESTUDANDO O FENÔMENOS DA DESINFORMAÇÃO, MAIS PERCEBEMOS O QUANTO É URGENTE QUE AS PESSOAS SE DEEM O DIREITO DA DÚVIDA.

PARA ALÉM DE LEIS, DA RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS E DA EDUCAÇÃO DIGITAL, NA ERA DA INTERNET, MAIS DO QUE NUNCA É INDISPENSÁVEL QUESTIONAR ANTES DE TOMAR QUALQUER INFORMAÇÃO COMO VERDADEIRA.

A BOA NOTÍCIA É QUE AO MESMO TEMPO QUE A INTERNET AUMENTOU DRASTICAMENTE O NÚMERO DE INFORMAÇÕES FALSAS, ELA TAMBÉM AUMENTOU DRASTICAMENTE O NÚMERO DE FONTES CONFIÁVEIS.

PARA CADA NOTÍCIA QUE VOCÊ RECEBE NO SEU SMARTPHONE, EXISTEM MILHARES DE SITES QUE VOCÊ PODE PESQUISAR PARA CHECAR SE AQUELA INFORMAÇÃO ESTÁ DE ACORDO COM A REALIDADE, SE É SÓ UM BOATO ESPECULATIVO OU SE É COMPLETAMENTE FALSA.

ATÉ MESMO INFORMAÇÕES QUE RECEBEMOS PELOS GRANDES JORNAIS E VEÍCULOS DE MÍDIA SÃO PASSÍVEIS DE ERRO. MAS É CLARO, NESSE CASO AS CHANCES DE DESINFORMAÇÃO SÃO BEM MENORES QUE EM QUALQUER BLOG AMADOR NA INTERNET.

MESMO ASSIM, VALE O EXERCÍCIO DE SEMPRE QUESTIONAR E BUSCAR MAIS DE UMA FONTE PARA QUALQUER INFORMAÇÃO.

SÓ ASSIM PODEMOS TER UM POUCO MAIS DE SEGURANÇA E A CERTEZA DE QUE O DEBATE DEMOCRÁTICO SAUDÁVEL ESTARÁ MAIS PROTEGIDO E ASSIM NÃO SERÁ TÃO AMEAÇADO POR INTERESSES PESSOAIS E MANIPULAÇÕES MALICIOSAS.

TÉCNICA: MÚSICA TEMA

FECHA NESSE ÚLTIMO EPISÓDIO DO NOSSO PODCAST, VOCÊ VIU QUE ALÉM DE UMA LEI DE COMBATE À FAKE NEWS É NECESSÁRIO QUE CADA CIDADÃO FAÇA A SUA PARTE, QUESTIONE, SE EDUQUE, PARA QUE MEDIDAS CONTRA A DESINFORMAÇÃO REALMENTE GEREM BONS RESULTADOS NO LONGO PRAZO.

SE VOCÊ TEM INTERESSE EM APRENDER MAIS SOBRE EDUCAÇÃO DIGITAL E FAZER OS CURSOS QUE CITAMOS NESTE EPISÓDIO…

BASTA ACESSAR O SITE WWW.VERO.ORG/CURSO PARA FAZER O CURSO ABERTO “CONECTADOS E LIGADOS” DO INSTITUTO VERO.

SE VOCÊ QUISER FAZER O CURSO GRATUITO PARA JOVENS E ADOLESCENTES PATROCINADO PELO FACEBOOK, O “VAZA FALSIANE” , BASTA ACESSAR WWW.VAZAFLASIANE.COM E PRONTO! AH, LEMBRANDO QUE VAZA SE ESCREVE COM “Z” E FALSIANE COM “S”, OK?

AGORA SE VOCÊ QUISER SE MANTER INFORMADO QUANTO ÀS CHECAGENS DE FATOS DA AGÊNCIA LUPA E OS CURSOS DE EDUCAÇÃO DIGITAL PERIÓDICOS QUE A AGÊNCIA PROMOVE, BASTA ACESSAR WWW.LUPA.NEWS E VOCÊ VAI FICAR POR DENTRO DE TUDO.

ESPERO QUE TENHA GOSTADO E APRENDIDO MUITO AO LONGO DE TODA ESSA SÉRIE. AGORA QUE VOCÊ JÁ SABE TANTO SOBRE FAKE NEWS E DESINFORMAÇÃO, APROVEITE PARA EXPLICAR PARA SEUS AMIGOS E PARENTES…

QUALQUER COISA, BASTA RECOMENDAR NOSSO PODCAST, BELEZA?

FICAMOS POR AQUI. ATÉ MAIS.