

AS REDES SOCIAIS E OS PERFIS FALSOS: O GRANDE PROBLEMA DAS FAKENEWS

CIMIRRO, J. L.¹, LIMA, P. A.¹, AMARAL, E.M.H.¹

¹ Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA) – Bagé – RS – Brasil –
jeancimirro.aluno@unipampa.edu.br, pabloandrades.aluno@unipampa.edu.br
ericoamaral@unipampa.edu.br

RESUMO

Este artigo descreve um estudo realizado sobre a criação de perfis no facebook e twitter que poderiam ser utilizados por robôs para disseminação de notícias falsas e, como estas redes sociais tratam este tipo de prática.

Palavras-chave: *Fakenews*, disseminação, robôs, notícias falsas, deep learning, machine learning.

1 INTRODUÇÃO

Em vista do grande número de compartilhamento de notícias via internet, onde Resende et al. (2018) estima que 48% da população Brasileira usa o WhatsApp para compartilhar e discutir notícias. Desta forma, tornaram-se necessários estudos que avaliem de maneira formal e científica o “modos operandis” deste tipo de problema virtual chamado *fakenews*, assim como identificar as principais soluções tecnológicas disponíveis em mercado para resolução de tal problemática, sendo esta a motivação para o Grupo de Estudos Acadêmicos do Pampa Sobre Disseminação de Notícias Falsas na Internet, que faz parte do Programa Universidade Hacker - Unihacker e é compostos por alunos do Curso de Engenharia de Computação da Universidade Federal do Pampa, Campus de Bagé.

2 METODOLOGIA

O termo *fakenews* reporta a uma tradução literal de notícia falsa, mas para Poubel (2017), atualmente tem sido difundida na internet de maneira intensa, onde estas “notícias” tornam-se crenças sobressaindo-se do fato verdadeiro evocando o que se chama de período pós-verdade, onde diminui-se a realidade atual dos fatos objetivando sustentar ideologias e opiniões próprias.

As mídias digitais são grandes disseminadores de conteúdos conforme Sastre et al. (2018), tornando as redes sociais e os aplicativos para troca de mensagens plataformas estimuladoras dos debates democráticos, mas também um fértil terreno para distribuição de notícias falsas, conforme informa estudo do Departamento de Análise de Políticas Públicas-DAPP da Fundação Getúlio Vargas: O uso de robôs em redes sociais e a política no Brasil.

Diante do exposto, o presente estudo teve como objetivo na criação de perfis falsos nas principais redes sociais, Facebook e Twitter e, identificar como estas redes tratam este tipo de prática, objetivando a mitigação de perfis que podem ser usados por robôs para disseminação de informações falsas.

Como primeiro passo, para acesso as redes por email, foi utilizado o site <https://temp-mail.org> que gera endereços de email temporários para ativação de contas e serviços on-line. Com o endereço gerado é efetuada a criação do perfil na rede social.

Tanto Facebook, quanto Twitter, em alguns casos aleatórios, solicita confirmação por telefone. Para esta fase foi utilizado ao APP 2ndline - US Phone Number, disponível para Android no Play Store, que após instalado no celular disponibiliza números de celulares americanos que recebem SMS também para ativação de serviços on-line. No facebook é possível ativar 2 perfis por número.

No dia 16 de outubro foi dado início ao processo de criação dos perfis utilizando as ferramentas citadas.

Foram criados entre os dias 16 e 17 de novembro, 16 perfis no Facebook e 14 no twitter, sendo os dados das contas registrados em planilha contendo email, data de criação, senha (utilizada padrão para todos perfis), nome, data de nascimento e sexo, com dados aleatórios. Para criação foram seguidos os passos normais de criação dos perfis pelas redes sociais com confirmação de email e alguns casos também pelo número de celular e capcha, utilizando janela privativa do navegador e troca de endereços IPs.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Pode-se verificar que umas das ferramentas tecnológicas que contribuem para redução da propagação de *fakenews* através de robôs digitais e aproveitando-se do impulsionamento dos algoritmos de “filtro bolha” é o uso de *deep*

learning, ou aprendizagem profunda, estudo disseminado através da Inteligência Artificial.

Com este estudo, após a criação de alguns dos perfis no Facebook, foi solicitada uma foto do usuário para comprovar a identidade conforme mostra a Figura 1.

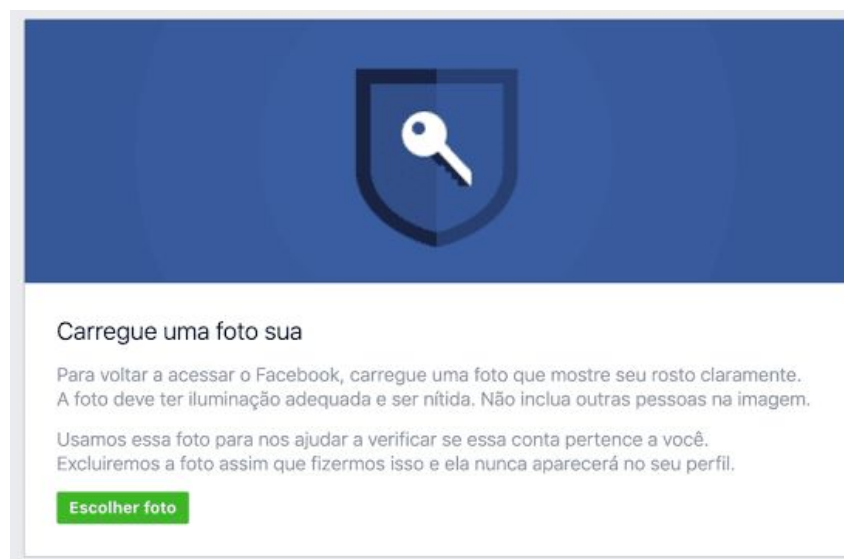


Figura 1. Tela do facebook que solicita o carregamento de foto

Em todos os casos em que foi solicitada a foto, foram carregadas fotos aleatórias da web para testes e todas estas contas, em que foi solicitada esta confirmação por foto, foram desativadas conforme mostra a figura 2.

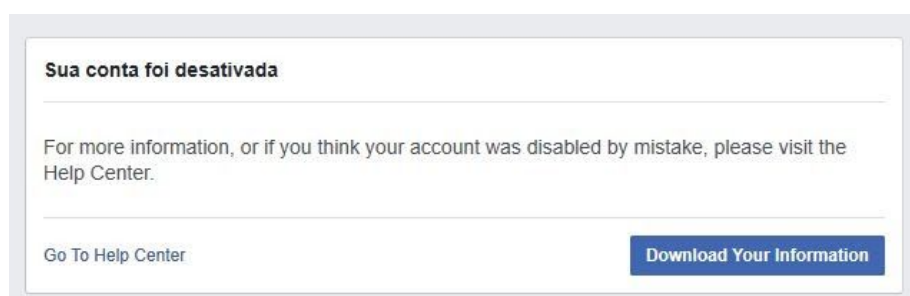


Figura 2. Tela do facebook informando a desativação da conta

No Twitter, o primeiro passo de criação das contas foi executado para 4 perfis sem nenhuma confirmação de captcha ou telefone e em apenas 10 clicks de mouse em menos de 1 minuto. Porém a partir do quinto perfil, começou a ser solicitada a confirmação através do celular, aonde não foi possível esta ativação com uso do APP 2ndline pois a rede social não valida o número gerado pelo APP.

Tanto no facebook quanto Twitter, em alguns casos, foi solicitada também uma segunda confirmação por email.

Menos de 10 dias após o início do processo de criação das contas, o saldo que se tem é de 5 contas ainda em funcionamento no facebook e 11 desativadas após as validações por foto. Já no twitter, nenhuma das contas está ativa por não poder ser realizada a validação por telefone.

Apesar da tendência promissora de evolução no combate às fake news utilizando o *machine learning* e inteligência humana para diferenciar robôs de pessoas(FERRARA et al. 2016), nota-se que por questões publicitárias, ainda existem pequenas brechas para atuação de perfis falsos e até comércio deste tipo de contas conforme mostra ítem 1 da tabela 1 com links de acesso dos endereços. Encontra-se ainda no youtube diversos vídeos e canais (item 2) que tratam da criação de perfis falsos para utilização em marketing digital, além de agências que prometem o impulsionamento digital através do uso de robôs(Ítem 3).

Item	Endereço	Descrição
1	http://www.fbpvastore.com/	Loja de perfis
2	https://www.youtube.com/channel/UCu4b55GlcL8zP0JMRD1TCRg	Canal de marketing digital
3	https://www.autland.com/	Agência de automação social

Tabela 1 - Lista de links de endereços

4 CONCLUSÃO

Desta forma, pode-se concluir que o uso de perfis não verdadeiros ainda é um problema e esta prática pode ser fortemente usada para quem tem por objetivo a disseminação do notícias falsas.

Ainda assim, nosso grupo de estudos, para entendimento dos principais conceitos relacionados ao tema, pretende-se focar no desenvolvimento de um curso on-line, através do moodle do Projeto Unihacker, para compartilhar o aprendizado adquirido e conscientizar sobre o tema. Planeja-se ainda repetir o presente estudo com a criação de contas de email no gmail para cada perfil, além de procurar utilizar números de celular “verdadeiros” para dar maior “veracidade” as contas e aprofundar o conhecimento, através de atividades técnicas e práticas de tecnologia, em busca de como operam os robôs, formas de disseminação de notícias falsas, ferramentas já desenvolvidas para validação de notícias on-line, como operam os perfis falsos e

como das principais redes sociais tratam este problema e ainda executar uma prática dentro da cidade Bagé de disseminação de fakenews para quantificar dados. Planeja-se ainda continuar o desenvolvimento de mais publicações científicas e instrumentos que possam vir a colaborar para informação qualificada para as próximas eleições municipais.

REFERÊNCIAS

- Ferrara, E.; Varol, O.; Davis, C; Menczer, F; Flammini, A. The rise of social bots. In: Communications of the ACM, v59, n.2, 2016.
- Fundação Getúlio Vargas. Diretoria de Análise de Políticas Públicas. Robôs, Redes Sociais e Política no Brasil. Rio de Janeiro, 2017. 353p.
- Poubel, Maiara, Fake news e pós-verdade; em Info Escola, 2017. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/sociedade/fake-news/>>. Acesso em 12 set. 2018.
- Resende, Gustavo, et al. "A System for Monitoring Public Political Groups in WhatsApp." Proceedings of the 24th Brazilian Symposium on Multimedia and the Web. ACM, 2018.
- Sastre, Angelo; CORREIO, Claudia Silene Pereira de Oliveira; CORREIO, Francisco Rolfsen Belda. A influência do “filtro bolha” na difusão de Fake News nas mídias sociais: reflexões sobre as mudanças nos algoritmos do Facebook. Revista GEMInIS, São Carlos, UFSCar, v. 9, n. 1, pp.4-17, jan. / abr. 2018.
- Smith, A. and Jones, B. (1999). On the complexity of computing. In *Advances in Computer Science*, pages 555–566. Publishing Press.