

A transparência na verificação de páginas pelo Facebook

Alexandre Pinheiro

Universidade Federal do Estado
do Rio de Janeiro (UNIRIO)
Rio de Janeiro, Brasil
alexandre.pinheiro@uniriotec.br

Claudia Cappelli

Universidade Federal do Estado
do Rio de Janeiro (UNIRIO)
Rio de Janeiro, Brasil
claudia.cappelli@uniriotec.br

Cristiano Maciel

Universidade Federal do
Mato Grosso (UFMT)
Mato Grosso, Brasil
cmaciel@ufmt.br

RESUMO

A incerteza de alguns critérios para verificação de páginas no Facebook e problemas com uso indevido de dados de seus usuários reforçam a emergência do debate técnico e social sobre transparência da informação nas redes sociais. Este artigo compila atualizações relevantes sobre o processo de verificação de páginas no Facebook e as mudanças pelas quais a rede social está passando, a fim de superar episódios recentes que colocaram em dúvida sua conduta de transparência da informação.

Palavras Chave

Facebook; Transparência; Páginas Verificadas; Usuário.

ACM Classification Keywords

Human-centered computing~Social networking sites.

INTRODUÇÃO

A popularidade de aplicativos de redes sociais aumentou a distribuição de informações globalmente. Para um indivíduo, empresa ou instituição conseguir se destacar neste ecossistema digital, é necessário ser transparente e responsável por suas respectivas ações [1]. No passado, as pessoas, através de perfis anônimos na Internet, costumavam disseminar conteúdo não confiável, por meio de fóruns, chats e outras ferramentas. O anonimato online encobriu práticas maliciosas, mas hoje, com a predominância de aplicações com apelo de socialização, qualquer conteúdo publicado nesses sistemas está associado a uma identidade bem definida representada em uma página ou perfil de usuário [2]. As trocas e interatividade intrínsecas das redes sociais fazem com que seus usuários se preocupem em relação à maneira como são vistos por outrem neste ambiente, ou seja, o modo individual de lidar com a informação serve como base para construção de um perfil comportamental dentro da comunidade que utiliza o sistema e o receio quanto a tratativa da informação parecia pouco afetar as empresas mantenedoras das redes sociais. Porém, após uma sequência de escândalos desqualificando

Permission to make digital or hard copies of all or part of this work for personal or classroom use is granted without fee provided that copies are not made or distributed for profit or commercial advantage and that copies bear this notice and the full citation on the first page. Copyrights for components of this work owned by others than the author(s) must be honored. Abstracting with credit is permitted. To copy otherwise, or republish, to post on servers or to redistribute to lists, requires prior specific permission and/or a fee. Copyright 2018 SBC.

IHC 2018, Anais Estendidos do XVII Simpósio Brasileiro sobre Fatores Humanos em Sistemas Computacionais
Outubro 22–26, 2018, Belém, Brasil
Artigos Internacionais

a conduta dessas organizações, a exigência de transparência se tornou uma questão urgente para as mesmas e uma reivindicação da sociedade.

No centro dessa discussão está a rede social Facebook, com números expressivos de usuários diariamente ativos na plataforma, a empresa permitiu que seu sistema fosse manipulado e as informações dos usuários usadas com viés dissimulado [3]. Essa manipulação da informação chegou a afetar acontecimentos importantes, como as eleições norte-americanas de 2016, através da influência que a rede social tinha sobre os usuários que tiveram seus dados utilizados e processados sem respectivo consentimento.

Este artigo resume atualizações face a algumas das fragilidades na disponibilização de transparência para os usuários do Facebook. A necessidade de pesquisar essa deficiência é corroborada, não só pela maneira como o funcionamento das ferramentas do sistema são ocultadas ou mal explicadas, mas também pela ampla publicidade de casos, como o do uso indevido e não autorizado de informações dos usuários pela rede social [4].

PÁGINAS VERIFICADAS E TRANSPARÊNCIA

Pessoas com más intenções têm se aproveitado da incapacidade de alguns usuários em distinguir identidades reais e falsas nas redes sociais, especialmente quando se tratam de figuras públicas, marcas e empresas. Neste cenário, é possível manipular as pessoas através da publicações a partir de páginas falsas.

O Facebook lançou em 2013 uma ferramenta para habilitação de páginas verificadas visando ajudar seus usuários a encontrarem contas autênticas [5]. As páginas verificadas possuem um ícone com uma marca de seleção (selo azul) ao lado dos nomes das páginas verificadas e esse recurso visual também aparece nos resultados de pesquisa, linhas de tempo e outras seções no sistema.

Inicialmente, para solicitar a verificação de uma página no Facebook era preciso preencher um formulário com as informações do requerente, em seguida submeter esses dados e aguardar a concessão ou não do status de verificado. Um ano após sua estréia o formulário de solicitação foi descontinuado, em contrapartida houve o lançamento da aplicação móvel “Facebook Mentions” [6], destinada a usuários que já possuíam páginas verificadas. Dentre suas funcionalidades interativas, o Mentions permitia novas solicitações de verificação de página. Essa funcionalidade sequer foi promovida e o desconhecimento

por parte dos usuários reforçava a lacuna na capacidade do Facebook em fornecer informação transparente sobre o funcionamento da rede social.

Em 2017, o aplicativo Mentions foi trocado pelo “Facebook Creator” [7]. Nesta nova aplicação, as funcionalidades foram totalmente reformuladas, priorizando produção de conteúdo em vídeo por influenciadores digitais. A possibilidade de postular a verificação de página disponível na aplicação antecessora foi uma das opções removidas. O Facebook retoma à prática da verificação de páginas novamente utilizando um formulário de solicitação e tenta combater um fenômeno emergente de comercialização de status de páginas verificadas, observado em plataformas de mídias sociais asiáticas. Algumas dessas aplicações permitiam a compra do status de página verificada, porém ao fazer isso acabam abrindo uma perigosa brecha para a atuação de pessoas com más intenções.

Os negócios fraudulentos chegam a gerar bilhões de dólares em receitas por ano, apenas se valendo de propagação de mensagens enganosas através de falsos perfis de empresas e figuras públicas no Facebook [8]. Além da vantagem monetária, algumas destas páginas e perfis falsos procuram influenciar os usuários ideologicamente, o que tem suscitado preocupações, com destaque para o âmbito político.

A proximidade das eleições presidenciais brasileiras de 2018 fizeram com que o Facebook se preparasse para ações de combate a desinformação, prestando esclarecimentos sobre suas práticas. A decisão de investir mais em transparência é acompanhada pela preponderância da aprovação da Lei de Proteção de Dados de Usuários na União Europeia [9]. Essa nova legislação prevê punições mais rigorosas caso sejam descumpridas regras quanto ao tratamento de dados dos usuários e provimento de informações sobre ferramentas e serviços na Web. A promulgação da lei na Europa impactou outros países, incluindo o Brasil, a aprovarem suas próprias políticas no âmbito da guarda e da transparência de informações aos usuários na Internet.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora levadas em consideração a efemeridade das redes sociais e, ainda, o desconhecimento de todos os critérios a serem preenchidos para que uma página ou perfil sejam verificados pelo Facebook, houve uma simplificação na dinâmica de parte do processo para obtenção deste status. Empresas e organizações com páginas verificadas são distinguidas com um selo cinza que pode ser obtido de forma mais simples, através da confirmação de um número telefônico válido, permitindo rastreabilidade. As páginas de figuras públicas, mídias e governo são elegíveis para verificação através do envio ao Facebook de documentos que comprovem sua especialidade e ainda devem justificar o motivo da sua requisição de verificação.

Apesar de novas medidas tomadas para proteger os usuários de ações mal-intencionadas promovidas por controladores de perfis falsos, o Facebook ainda sofre pressão para apresentar mais transparência, melhorar a informações sobre privacidade e governança dos dados de seus usuários. Há ainda iniciativas governamentais que ratificam a necessidade das aplicações online respeitarem códigos de conduta. Futuramente algumas mídias sociais, como o Twitter, já consideram exigir a verificação de identidade a todos os seus usuários para evitar a atuação de robôs, spammers e golpistas.

AGRADECIMENTOS

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo patrocínio desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

1. Kim B., Hong S., and Cameron G. T. 2014. What corporations say matters more than what they say they do? A test of a truth claim and transparency in press releases on corporate websites and Facebook pages. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 91, 4 (2014), 811–829.
2. Correa D., Silva L. A., Mondal M., Benevenuto F., and Gummadi K. 2015. The Many Shades of Anonymity: Characterizing Anonymous Social Media Content. In *9th International AAAI Conference on Web and Social Media*. AAAI.
3. Gomes L. 2018. As falsas verdades da mídia e da cultura de massa. In *Mostra de Trabalhos Científico da Semana de Psicologia - FAGOC*, Vol. 3.
4. Cadwalladr C. and Graham-Harrison E. 2018. Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. *The Guardian*, 17 (2018).
5. Capra D., Chung A., and Swope A. 2013. Facebook Newsroom - Verified Pages and Profiles. <https://newsroom.fb.com/news/2013/05/verified-pages-and-profiles>
6. Swope A. 2013. Introducing Facebook Mentions. <https://newsroom.fb.com/news/2014/07/introducing-facebook-mentions-a-new-app-for-public-figures/>
7. Hatfield C. 2017. Announcing New Tools for the Creator Community. <https://newsroom.fb.com/news/2017/11/announcing-new-tools-for-the-creator-community/>
8. Chawla H. 2014. Facebook Page Spam detection using Support Vector Machines based on n-gram model. *International Journal of Computer Science Issues (IJCSI)* 11, 5 (2014), 161.
9. Marelli L. and Testa G. 2018. Scrutinizing the EU General Data Protection Regulation. *Science* 360,6388 (2018), 496–498.