

Os impactos do efeito bolha causado pelos algoritmos do Facebook para o direito de resposta

Marcelo Santiago Guedes

Perito em Tecnologia da Informação e Comunicação do Ministério Público Federal. Mestre em Ciência da Computação pela Universidade Federal de Pernambuco.

Resumo: As redes sociais e os mecanismos de buscas se tornaram a grande plataforma de mediação de acesso à informação do século XXI. Seu sucesso é devido ao poder de seleção de conteúdo relevante para o usuário em face da grande quantidade de conteúdo produzido pela sociedade cibernética. Contudo, a seleção automática de conteúdo pelos algoritmos de inteligência artificial dessas plataformas produz efeitos colaterais, cujos malefícios começam a ser discutidos, tais como o efeito bolha. O efeito bolha tem restringido o acesso das pessoas à diversidade dos conteúdos, o que gera questionamentos quanto ao seu potencial antidemocrático. Do ponto de vista legal e do Direito, a limitação dessas plataformas em fazer transitar conteúdos diversos e antagônicos nas mesmas redes sociais gera preocupações quanto à sua efetiva capacidade de cumprimento de decisões judiciais que envolvem o direito de resposta. O direito de resposta é definido na Constituição Federal de 1988, e sua existência está relacionada à proteção do direito de personalidade e direito à informação. O direito à informação está relacionado a toda a sociedade e ao direito difuso de acesso à verdade. Este artigo buscará descrever as dificuldades técnicas oferecidas pelo Facebook na seleção do conteúdo dos *feeds* de notícias para o cumprimento dos efeitos tutelados efetivamente pelo direito de resposta, em face da não simetria da propagação do conteúdo pelas redes sociais.

Palavras-chave: Direito de resposta. Tecnologia da Informação e Comunicação. Regulação. Direito à informação. Inteligência artificial. Democracia. Efeito bolha.

Abstract: Social networks and search engines have become the great information access mediation platform of the 21st century. Its success is due to the power of selection of relevant content to the user in view of the large amount of content produced by cyber society. However, the automatic selection of content by the artificial intelligence algorithms of these platforms produces side effects, the malfunctions of which begin to be discussed, such as filter bubble. The filter bubble has restricted people's access to a diversity content, which raises questions about its undemocratic potential. From a legal perspective, the limitation of these platforms in transiting diverse and antagonistic contents in the same social networks raises concerns about their effective capacity to comply with judicial decisions of right of reply. The right of reply is defined in the Federal Constitution of 1998 and its existence is related to the protection of the right of personality and right to information. The right to information is related to the whole society and the diffuse right of access to truth. This article will try to describe the technical difficulties offered by Facebook in selecting the content of the news feeds to fulfill the effects effectively protected by the right of reply, in view of the non-symmetry of the propagation of the content by social networks.

Keywords: Right of reply. Communication and Information Technology. Regulation. Right to information. Artificial intelligence. Democracy. Filter bubble.

Sumário: 1 Introdução. 2 O direito de resposta e o direito à informação. 3 A responsabilidade civil das plataformas de redes sociais. 4 O funcionamento do algoritmo do Facebook. 5 O efeito bolha e o desvirtuamento do direito de resposta. 6 Potenciais soluções. 7 Conclusões.

1 Introdução

O advento da sociedade da informação faz com que cada vez mais processos sociais sejam suportados por meio tecnológico. Consequência imediata é o aumento do potencial impacto da evolução tecnológica nos direitos das pessoas. Quando o processo de inovação tecnológica acontece de forma incremental, há tempo

para a sociedade amadurecer melhor o seu uso e mitigar eventuais consequências negativas. Contudo, de tempos em tempos, vivenciamos ondas de inovações disruptivas que geram maior esforço de investimentos por parte do setor produtivo e maior esforço de reflexão do setor público no sentido de compreender os cenários futuros de sua utilização.

É exatamente esse o cenário atual. A sociedade cibernética modificou a forma como consome informação, utilizando cada vez mais uma arquitetura em rede e baseada em redes sociais.

Em face do envolvimento cada vez maior dos indivíduos na produção e compartilhamento da informação, há uma disponibilidade muito grande de conteúdo, que pode ou não estar associado ao interesse de cada usuário. Nesse sentido, ferramentas de busca e seleção de conteúdo se tornaram muito populares rapidamente. Estas plataformas se tornaram o principal meio de acesso e disseminação de informações da atualidade. Há uma grande parcela de pessoas que leem as informações somente a partir do Facebook e não visitam os *sites* das agências de notícias.

Há, portanto, grande poder nesta mediação, o que gera bastante preocupação do ponto de vista do exercício ao direito à informação e ao exercício da democracia. Em face de sua capacidade de processamento informacional, adquirida pela mineração de dados de navegação e comportamento na rede, plataformas como Google e Facebook têm grande capacidade de atração de recursos destinados à publicidade, em razão da segmentação dos perfis na divulgação de anúncios, aumentando o retorno sobre o investimento para seus clientes. Entende-se aqui que os verdadeiros clientes do Facebook são aqueles que pagam os anúncios na sua plataforma, pois são eles que remuneram de fato a empresa. Por sua vez, aqueles que utilizam a plataforma para se conectar e se relacionar com outras pessoas são compreendidos como usuários.

Esse poder afeta a sociedade de diversas formas. O escopo estudado neste artigo é o efeito colateral gerado pelos algoritmos que selecionam os conteúdos apresentados no *feed* de notícias. Ao

selecionar os conteúdos vinculados aos interesses de cada usuário e a experiência deste usuário, há a criação do chamado efeito bolha¹ que restringe o contato de cada usuário com conteúdos que diverjam de seus interesses. O efeito bolha gera então o impacto negativo na formação da opinião e no direito à informação, pois restringe o acesso ao contraditório.

A fim de melhor descrever o impacto no direito à informação, este artigo buscará descrever os impactos do efeito bolha gerado pelos algoritmos em um direito correlato, porém mais concreto do ponto de vista da existência de mecanismos para sua tutela: o direito de resposta.

Direito fundamental garantido na Constituição, o direito de resposta possui legislação específica que dá elementos concretos ao seu exercício. Buscar-se-á evidenciar que os algoritmos baseados em inteligência artificial do Facebook geram impactos à efetividade dos fins buscados pelo direito de resposta, interferindo, assim, de forma mais objetiva e concreta no direito à informação.

As redes sociais e os mecanismos de buscas se tornaram a grande plataforma de mediação de acesso a informação do século XXI. Seu sucesso é devido ao poder de seleção de conteúdo relevante para o usuário em face da grande quantidade de conteúdo produzido pela sociedade cibernética.

Contudo, a seleção automática de conteúdo pelos algoritmos de inteligência artificial dessas plataformas produz efeito colateral, cujos malefícios começam a ser discutidos, tais como o efeito bolha.

O efeito bolha tem restringido o acesso das pessoas à diversidade dos conteúdos, o que gera questionamentos quanto ao seu potencial antidemocrático. Do ponto de vista legal e do Direito, a limitação dessas plataformas em fazer transitar conteúdos diversos e antagônicos nas mesmas redes sociais gera preocupações quanto

1 Almeida e Doneda (2016) descrevem esse efeito: “Através desse mecanismo, as pessoas acabam sendo expostas prioritariamente a opiniões e ideias similares às suas próprias visões de mundo. O efeito disso é conhecido como ‘bolha online’ (i. e. *filter bubble*) ou ‘câmara de ecos’ e ultimamente tem chamado a atenção até de líderes globais”.

a sua efetiva capacidade de cumprimento de decisões judiciais que envolvem o direito de resposta.

Tal direito é definido na Constituição Federal de 1998, e sua existência está relacionada à proteção do direito de personalidade e direito à informação. O direito à informação está relacionado a toda a sociedade e ao direito difuso de acesso à verdade.

Este artigo buscará descrever as dificuldades técnicas oferecidas pelo Facebook na seleção do conteúdo dos *feeds* de notícias para o cumprimento dos efeitos efetivamente tutelados pelo direito de resposta, em face da não simetria da propagação do conteúdo pelas redes sociais.

Inicialmente, buscar-se-á compreender o direito de resposta e sua vinculação ao direito à informação e sua importância para o exercício da democracia. Em seguida, descrever-se-á o regime de responsabilidade civil previsto pelo Marco Civil da Internet para os provedores de aplicações. Compreendidas as relações causais, abordar-se-á o funcionamento do algoritmo de forma a compreender a propagação do conteúdo na rede social. Após, evidenciar-se-á o efeito bolha e o impacto do algoritmo à efetividade buscada pela Lei n. 13.188, de 11 de novembro de 2015, e prevista na Constituição Federal. Por fim, discorrer-se-á sobre possíveis soluções para se dar efetividade ao exercício do direito de resposta.

2 O direito de resposta e o direito à informação

Os Direitos Fundamentais têm por objetivo garantir a todos os indivíduos uma existência digna, livre e igual em face do Estado. Suas garantias começaram a ser defendidas a partir da Revolução Francesa no século XVIII. Alexandre de Moraes definiu que esses direitos são

O conjunto institucionalizado de direitos e garantias do ser humano que tem por finalidade básica o respeito a sua dignidade, por meio de sua proteção contra o arbítrio do poder estatal e o estabelecimento de condições mínimas de vida e desenvolvimento da personalidade humana. (MORAES, 2002).

Os chamados direitos de primeira geração estão, assim, vinculados a direitos individuais com caráter negativo, por exigirem uma obrigação de não fazer do Estado. Trata-se de direitos civis e políticos ligados ao valor da liberdade.

Segundo Barroso (2004, p. 18), “A doutrina brasileira distingue as liberdades de informação e de expressão, registrando que a primeira diz respeito ao direito individual de comunicar livremente fatos e ao direito difuso de ser deles informados”.

Tem-se que o direito à informação é, além de um direito individual de divulgar fatos, objetivamente apurados, um direito difuso de acesso a estes mesmos dados. Entende-se, dessa forma, que um fato objetivamente apurado vincula-se a uma verdade objetiva, baseada em dados e qualidades observáveis.

Por outro lado, há que se compreender o valor do direito à verdade para o fortalecimento da democracia² e para o próprio senso de justiça. Não é possível conceber a existência de uma sociedade democrática em que seus integrantes não têm acesso à verdade. O ministro Luís Roberto Barroso descreve que

O interesse público na divulgação de qualquer fato verdadeiro se presume, como regra geral. A sociedade moderna gravita em torno da notícia, da informação, do conhecimento e das ideias. Sua livre circulação, portanto, é da essência do sistema democrático e do modelo de sociedade aberta e pluralista que se pretende preservar e ampliar. (BARROSO, 2004, p. 27).

O direito de resposta, embora relacionado ao direito à informação, encontra-se vinculado também ao direito de personali-

2 Em 2011, foi instaurada a Comissão Nacional da Verdade, com o objetivo de apurar as torturas, mortes, desaparecimentos, violências sexuais, execuções, ocultações de cadáver ocorridas no período da ditadura militar. A presidente Dilma Rousseff na cerimônia de abertura pronunciou: “O Brasil merece a verdade, as novas gerações merecem a verdade e, sobretudo, merecem a verdade factual aqueles que perderam amigos e parentes e que continuam sofrendo como se eles morressem de novo e sempre a cada dia”.

dade, cujo reconhecimento generalizou-se após a Segunda Guerra Mundial, e funciona como atributo inerente e indispensável a todo ser humano. Ainda segundo Barroso,

[...] duas características dos direitos de personalidade merecem registro. A primeira delas é que tais direitos [...] são oponíveis a toda a coletividade e também ao Estado. A segunda [...] consiste em que nem sempre sua violação produz um prejuízo que tenha repercussões econômicas ou patrimoniais, o que ensejará formas variadas de reparação, como o “direito de resposta”, a divulgação de desmentidos de caráter geral [...]. (BARROSO, 2004, p. 12).

O direito de resposta é direito fundamental assegurado no art. 5º, V, e positivado na legislação brasileira desde 1923, com a Lei Adolfo Gordo³, conforme afirmou o ministro Celso de Mello no julgamento da ADPF n. 130/2009, que declarou não recepcionada pela Constituição Federal a Lei de Imprensa. Parte da controvérsia naquele julgamento estava vinculada à necessidade ou não regulamentação legal para o efetivo exercício do direito de resposta. Considerou-se naquele julgamento que o dispositivo constitucional possuía densidade normativa suficiente.

O legislativo pôs fim a qualquer controvérsia em 2015 quando editou a Lei n. 13.188, dispondo sobre o direito de resposta ou retificação do ofendido em matéria divulgada, publicada ou transmitida por veículo de comunicação social.

O *caput* do art. 4º e seu inciso primeiro assim definem:

Art. 4º A resposta ou retificação atenderá, quanto à forma e à duração, ao seguinte:

I – praticado o agravo em mídia escrita ou na internet, *terá a resposta ou retificação o destaque, a publicidade, a periodicidade e a dimensão da matéria que a ensejou*; [grifo do autor].

3 Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/portal/cms/vernoticiadetalhe.asp?idconteudo=107402>>. Acesso em: 1º ago. 2017.

Depreende-se, assim, da letra da lei a razoabilidade e a proporcionalidade buscada pelo legislador, a fim de manter o equilíbrio entre agravo e resposta.

No plano infraconstitucional, ainda, há outras previsões para o direito de resposta:

a) no âmbito eleitoral, o direito de resposta previsto no art. 58 da Lei n. 9.504/1997; b) a contrapropaganda, positivada nos arts. 56, XII, e 60, do Código de Defesa do Consumidor; c) como sanção inominada no art. 9º, 11, 111 e VI, da legislação regulamentada do tabaco (Lei n. 9.294/1996), na legislação da vigilância sanitária, conforme a Lei n. 9.782/1999 e no Código de Autorregulamentação Publicitária. (FERNANDES NETO, 2004).

Observa-se que o plano inicial de discussão do direito de resposta se dá em face dos meios de comunicação social devido ao seu alcance populacional e à difícil mensuração de indenização à imagem e à honra em face do estrago causado pelos meios de comunicação.

3 A responsabilidade civil das plataformas de redes sociais

A Lei n. 12.965/2014, conhecida como Marco Civil da Internet (MCI), estabeleceu princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. O MCI padronizou, ainda, diversas nomenclaturas existentes para aplicativos e *sites* na Internet. As redes sociais, como o Facebook, passaram a ser chamadas de “aplicação de Internet”.

O art. 19, do MCI, estatui que

Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário.

O provedor de aplicação, assim, não tem responsabilidade sobre o conteúdo publicado por terceiros até que o Poder Judiciário, após juízo de valor sobre o conteúdo publicado, determine que o provedor de aplicação remova o conteúdo.

Dessa forma, não caberia ao Facebook analisar os conteúdos das publicações, mas somente remover ou tornar indisponível o conteúdo ante a comunicação do juízo.

Acrescenta, ainda, o parágrafo único do art. 20:

Quando solicitado pelo usuário que disponibilizou o conteúdo tornado indisponível, o provedor de aplicações de internet que exerce essa atividade de forma organizada, profissionalmente e com fins econômicos substituirá o conteúdo tornado indisponível pela motivação ou pela ordem judicial que deu fundamento à indisponibilização.

Observa-se que a fixação da ordem do juízo para remoção do conteúdo ou sua motivação é faculdade atribuída ao usuário que publicou o conteúdo indevido.

Não se trata, portanto, do efetivo direito de resposta, pois o suposto destinatário de uma decisão que envolva o direito de resposta não deveria ter a faculdade de publicar a motivação da retirada, tampouco o escopo da ordem judicial deveria estar restrito à remoção do conteúdo, mas sim à publicação de conteúdo reparador da verdade dos fatos.

Observa-se ainda que o foco dos artigos supracitados está na remoção do conteúdo inverídico e não em fazer com que o público que teve acesso a este contato não verídico tenha acesso ao direito de resposta. Nesse contexto, os algoritmos utilizados pela plataforma para seleção de *feeds* não imporão dificuldades à execução da ordem judicial, tampouco ao cumprimento do mandado legal.

Contudo, há a discussão sobre legitimidade e ilegitimidade passiva do Facebook nestas ações. Frequentemente, a provedora de aplicações arguiu em juízo sua ilegitimidade passiva, entendendo que apenas o usuário ofensor deveria constar no polo passivo da ação. Este poderia ser um cenário possível nas decisões de remoção

do conteúdo, caso o usuário de fato esteja identificado. Contudo, como veremos adiante, no caso de decisões que envolvam o direito de resposta, há a necessidade de envolvimento do provedor de aplicação para a implementação efetiva da solução.

4 O funcionamento do algoritmo do Facebook

O Facebook (2017) apresenta uma página de ajuda explicando como o *Feed* de Notícias decide quais histórias mostrar, a saber:

As histórias que aparecem no *Feed* de Notícias são influenciadas por suas conexões e atividades no Facebook. Isso ajuda você a ver mais histórias que sejam do seu interesse, compartilhadas pelos amigos com quem você mais interage. O número de comentários e curtidas recebidos por uma publicação e o seu tipo (foto, vídeo, atualização de status) também podem torná-la mais propensa a aparecer no seu *Feed* de Notícias.

Observa-se, dessa forma, os critérios utilizados pelo aplicativo: as conexões e atividades do usuário na rede social. Ganham ainda maior chance de serem publicadas as notícias que receberem mais comentários, curtidas, compartilhamentos, além do tipo de informação, se foto, vídeo ou atualização de *status* (texto).

A seleção do conteúdo é automática e não depende de vontade do usuário, mas de uma classificação algorítmica feita a partir do comportamento deste usuário na rede e das notícias a serem publicadas. Ao publicarmos um conteúdo na atualização de *status* de nossa página, não temos o mínimo controle sobre como ele trafegará em nossa rede de contatos, ou seja, não temos controle sobre quais *feeds* de notícias esse determinado conteúdo aparecerá.

O Facebook criou, inclusive, métricas que tornam possível aferir a audiência de um determinado conteúdo. O alcance orgânico representa o número total de pessoas que viram suas publicações por meio de uma distribuição não paga. Por sua vez, o alcance pago é o número total de pessoas que viram suas publicações como resultado de anúncios. Por outro lado, o alcance total representa o número de pessoas que viram a publicação, independentemente de onde tenham visto.

São disponibilizadas diversas outras métricas que permitem maior sofisticação de análise para atividades publicitárias e de *marketing* digital. Contudo, a partir delas é possível observar que a ferramenta possui grande sofisticação de análise e rastreamento dos acessos aos conteúdos. Trata-se de ferramentas de natureza quantitativa, cujo objetivo é *monetizar* a ferramenta e gerar receita a partir da forma como a ferramenta permitiu que aquele conteúdo se propagasse por sua rede.

5 O efeito bolha e o desvirtuamento do direito de resposta

O efeito bolha é causado pelo algoritmo de seleção dos conteúdos que são apresentados no *feed* de notícias. O uso deste recurso para o consumo de notícias é cada vez maior, com tendência a aumentar. O algoritmo utiliza as informações capturadas do usuário e forma o seu perfil. O objetivo da plataforma é selecionar os conteúdos que sejam mais relevantes para os usuários, aumentando a percepção de agregação de valor.

Da seleção automática do conteúdo e *posts* apresentados nos *feeds* de notícias com base nas informações perfiladas pela plataforma é que surge o problema para o instituto do direito de resposta.

Para ilustrar a hipótese que ora se apresenta utilizaremos um exemplo. Imaginemos que o perfil Alice é identificado com determinada ideologia política A. Ela publica diariamente informações sobre os candidatos e plataformas vinculados a sua ideologia. Considerando que o algoritmo tende a reforçar os relacionamentos e conexões baseados no histórico de curtidas, pode-se presumir que a rede de contatos de Alice esteja associada a ideias semelhantes às suas.

Imaginemos que Alice resolve publicar uma informação caluniosa sobre o candidato Bob, que pertence à posição política Z. Considere ainda que, assim como nos dias atuais, haja excessiva polarização política na sociedade em questão. A informação publicada por Alice, ainda que colocada pública, repercutirá em sua rede de contatos, sendo visível, recebendo curtidas e compartilhamentos.

Neste caso, é natural considerar que o referido *post*, ganhando popularidade e propagação orgânica, circule em uma rede de perfis que sejam identificados com a ideologia A, devido à seleção de relevância feita pelo algoritmo e apresentação feita no *feed* de notícias das pessoas dessa rede.

Portanto, a informação caluniosa circulou pela rede em uma determinada superfície de contato identificada com o posicionamento político A.

Bob, inconformado com a calúnia sobre si, consegue exercer o direito de resposta, obrigando o perfil Alice a remover o *post* calunioso e a publicar a informação correta, incluindo a ciência da decisão judicial. É natural que o *post* resposta tenha informação divergente e eventualmente oposta ao *post* calunioso.

O perfil A cumpre a decisão judicial e publica o *post* resposta. Ainda que publicado em privacidade pública, o *post* não necessariamente será apresentado em toda rede de contatos de A, uma vez que seu conteúdo não será selecionado pelos algoritmos para aparecer nos *feeds* de notícias de cada membro da rede de contato A.

Ainda assim, para aqueles em que a notícia aparecer no *feed* de notícias, provavelmente não receberão *likes* suficientes para ganhar a mesma audiência que o *post* calunioso. Não terão, dessa forma, a mesma propagação orgânica que a informação caluniosa na rede A.

Em contrapartida, supondo que o *post* resposta tenha conteúdo que reforça a posição política Z, e supondo que Bob também lhe dê publicidade, ele será propagado pela rede de Bob e terá uma superfície de contato diferente de A.

No exemplo exposto, pode-se notar que a rede de contatos com identificação ideológica A, que teve contato com o *post* calunioso, não terá contato na mesma proporção com o *post* resposta e, conseqüentemente, com a informação verdadeira. O mesmo acontecerá com a rede de contatos com identificação ideológica Z, que terá contato em maior proporção apenas com o

post resposta. Logo, as duas superfícies de contatos serão distintas e desproporcionais.

É possível observar o efeito descrito acima de forma visual. A Figura 1 apresenta um diagrama⁴ elaborado por Vyacheslav Polonski (2016) sobre o mapeamento da polarização dos debates nas redes sociais na época do referendo sobre a saída do Reino Unido da União Europeia, fenômeno conhecido como BREXIT.

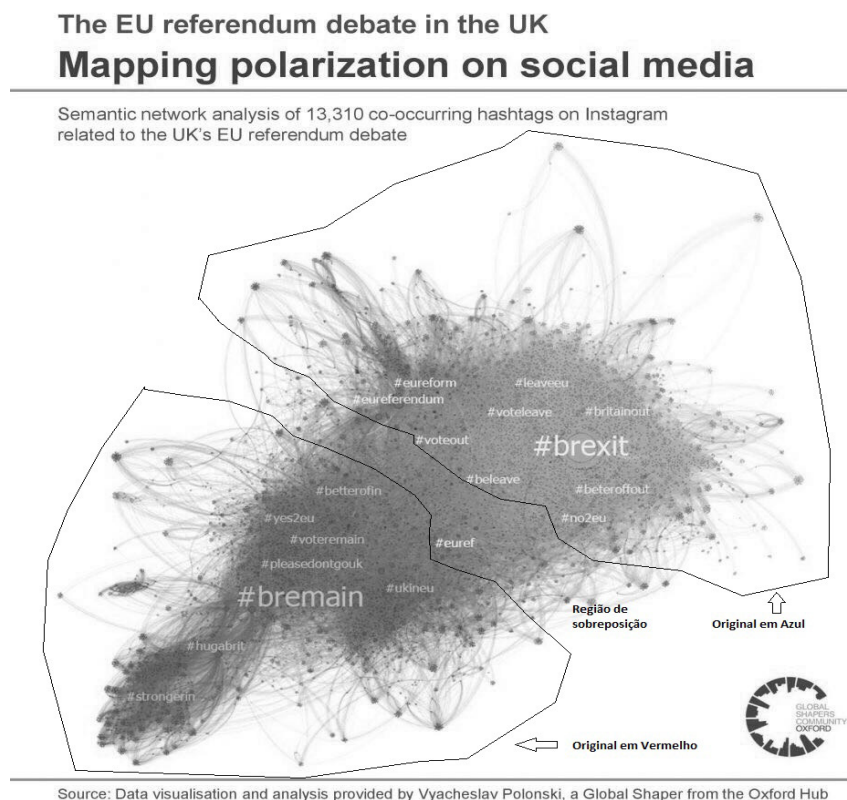


Figura 1: Rede semântica do debate sobre o BREXIT no Reino Unido (Adaptada)

4 A figura apresentada é uma adaptação do autor em preto e branco da figura original com o apontamento das regiões onde as cores originais estavam localizadas.

Vê-se que parte da rede estava engajada na discussão para a manutenção do Reino Unido na UE, em vermelho, e outra parte bastante distinta estava dedicada à saída. Há uma pequena zona de interseção, porém, grande parte das redes de propagação dos assuntos é bastante distinta.

Enquanto se busca melhor compreender e discutir os efeitos negativos do efeito bolha, seus reflexos objetivos no descumprimento da legislação do direito de resposta precisam ser colocados em pauta.

Descrevem-se efeitos negativos como a redução do nível de engajamento da população nos debates sociais e no próprio interesse pela política. Sankiewicz (2011) afirma que a democracia deve estar fundada no julgamento de um público bem informado. O efeito bolha reduz a vivência do exercício do contraditório e a necessidade natural de aprofundamento nos diagnósticos dos problemas sociais. Contudo, no caso do direito de resposta, a rede social desvirtuará um instituto jurídico positivado na legislação e que, quando exercido, deve produzir os efeitos que dele se espera e não os efeitos mitigados pelas restrições algorítmicas de uma plataforma tecnológica.

6 Potenciais soluções

Embora o efeito bolha venha sendo estudado e discutido há mais de meia década⁵, somente após a enxurrada de críticas ocorridas após a eleição de Donald Trump para presidente dos EUA (FERRARI; MANSUR, 2016) é que o Facebook parece ter empreendido esforços para reduzir os efeitos das bolhas na sua rede social.

Sá (2017) apresenta matéria na qual relata o início dos testes de funcionalidade pelo Facebook, que “passa a sugerir outros con-

5 Eli Pariser publicou o livro “O Filtro Invisível – O que a Internet está escondendo de você”, no qual analisa o modo pelo qual plataformas de Internet como Facebook e Google filtram a informação que chega ao internauta de tal modo que este acaba exposto apenas a ideias que lhe são afins, rejeitando argumentos contrários e enriquecedores.

teúdos e pontos de vista diferentes da plataforma social”. O caminho apresentado, embora busque mitigar os efeitos da bolha, ainda passa por mecanismo automático de decisão do próprio algoritmo. Há a necessidade de se acompanhar os estudos que apontem os resultados desses novos mecanismos para redução do efeito bolha.

Uma outra solução seria a que vem sendo adotada em algumas decisões judiciais: a determinação para que o texto resposta seja mantido no endereço/perfil do usuário do réu, com visibilidade pública.

Na Apelação Cível TJMA n. 048301/2016, de 31 de julho de 2017, o relator desembargador Raimundo José Barros de Sousa, que nega provimento a recurso do Facebook contra decisão que confere a remoção de conteúdo ofensivo e direito de resposta, assim se manifesta:

O magistrado de base, ressaltando que o Facebook não atendeu ao comando de remoção do conteúdo e de identificação do usuário que publicou a nota invasiva, julgou procedente o pedido inicial, para obrigar o réu, ora apelante, a *‘postar, de imediato e, assim manter por 30 dias o texto constante na p. 05 dos autos, no endereço do usuário ‘Zé Linguarudo da Silva’, sob pena de multa diária de R\$ 1.000,00 (mil reais).* [Grifo do autor].

Outro caso que apresenta decisão na mesma linha é a decisão monocrática do relator Emerson Cafure na Representação n. 901-38.24.6.12.0000 (TRE/MS):

Assim, julgo procedente o pedido e defiro o exercício do direito de resposta à representante, que *deverá ser veiculado pelo representado em seu perfil de usuário no FACEBOOK em até 48 horas da entrega da mídia com o texto de resposta, que deverá ser entregue pela parte representante diretamente ao representado ou a seu advogado constituído nestes autos, consoante dispõem as alíneas c, d e e do inciso IV do art. 17 da Resolução TSE n. 23.398/2013.*

Em tempo, ressalto que *a mensagem de direito de resposta deverá permanecer na timeline do perfil de usuário do representado (<https://www.facebook.com/ajhugorodrigues>) por pelo menos 72 horas, devendo a mensagem ser postada em caráter público, sem a restrição de visualização para*

apenas amigos ou determinados usuários, que é sabidamente possível na rede social FACEBOOK. [Grifo do autor].

A forma buscada pelas decisões busca livrar o conteúdo das restrições de visibilidade, porém ao apenas obrigar que seja disponibilizada na página/perfil do réu não garante que ele será visualizado por todos que viram a ofensa, devido justamente ao efeito bolha.

Melhor seria, então, que as decisões exaradas pelo juízo determinassem que, além de terem visibilidade pública, todos aqueles que tiverem acesso ao conteúdo incorreto ou calunioso, seja por visualização, curtida, compartilhamento ou qualquer outra forma de contato, tivessem, publicada em seus *feeds* de notícias, a resposta.

Esta solução considera que a rede social tem o registro das informações de todos aqueles que a acessaram e preserva os parâmetros de razoabilidade e proporcionalidade previstos no art. 4º da Lei n. 13.188, de 11 de novembro de 2015.

7 Conclusões

Ante o exposto, foi possível verificar que o texto constitucional e infraconstitucional brasileiro garante o direito de resposta como forma de garantir à sociedade o direito à informação correta e à verdade. Havendo desvio neste mister, é garantida a tutela do Judiciário para implementar as correções necessárias. A correção é dada por meio de decisão judicial proporcional e razoável, a fim de que aqueles que tiveram acesso à informação incorreta ou caluniosa tenham a oportunidade de acesso à informação correta dos fatos ou restauradora da honra do particular.

Embora o diploma legal garanta a possibilidade de reparação pecuniária oposta ao caluniador, este, via de regra, não é o único efeito pretendido por quem busca a tutela do Judiciário. A busca pelo restabelecimento da verdade é não apenas um direito de personalidade vinculado ao caluniado, mas um direito coletivo difuso de toda sociedade.

As evidências apresentadas pelos estudos realizados sobre o efeito bolha indicam que os algoritmos utilizados pelo Facebook na seleção automática do conteúdo do *feed* de notícias oferecem barreiras à plena execução dos efeitos reparadores da verdade buscados pelo direito de resposta, pois as pessoas que terão acesso às mensagens serão distintas.

Neste sentido, há a necessidade de que as plataformas que suportam as comunicações sociais da atualidade empreendam mecanismos que deem eficácia à propagação da verdade, neste caso, o direito de resposta.

Se tomarmos as pesquisas farmacológicas, a busca por curas de doenças leva à pesquisa e ao desenvolvimento de inúmeros medicamentos. Contudo, a grande maioria dos medicamentos apresenta efeitos colaterais que devem ser conhecidos e tratados, se possível. Essas informações são fundamentais para que se decida ou não pelo uso de determinado medicamento.

Da forma análoga, é indiscutível o benefício dos algoritmos que selecionam conteúdo baseados em nossas preferências ou perfil utilizados pelo Google e pelo Facebook. Contrária forma, seria necessário muito esforço e tempo para encontrarmos conteúdo que de fato nos seja útil. Todavia, o efeito colateral gerado traz malefícios que necessitam ser tratados. As plataformas de redes sociais devem, assim, desenvolver mecanismos que mitiguem ou acabem com o efeito bolha em situações especiais como, por exemplo, uma ordem judicial.

Embora seja possível identificar esforços do provedor da aplicação, no sentido de reduzir os efeitos da bolha, não é possível determinar até o momento que este seja capaz de dar plena eficácia a uma ordem judicial que envolva o direito de resposta.

A solução que se apresenta mais adequada, com aparente maior possibilidade de sucesso na busca pela efetividade, é que a decisão judicial não seja endereçada apenas ao autor do conteúdo, mas também à plataforma, a fim de que esta a publique em local destacado no *feed* de notícias de todos os usuários que de alguma forma tiveram contato com a notícia inverídica, seja visualização, curtida, compartilhamento ou qualquer outro tipo de exposição.

Referências

ALMEIDA, Virgílio; DONEDA, Danilo. Mecanismos invisíveis de polarização política. *Valor Econômico*, 8 nov. 2016. Disponível em: <<https://www.pressreader.com/brazil/valor-econ%C3%B4mico/20161108/281754153890359>>. Acesso em: 25 ago. 2017.

BARROSO, Luís Roberto. Colisão entre liberdade de expressão e direitos da personalidade. Critérios de ponderação. Interpretação constitucionalmente adequada do Código Civil e da Lei de Imprensa. *Revista de Direito Administrativo*, Rio de Janeiro, v. 235, p. 1-36, jan. 2004. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rda/article/view/45123>>. Acesso em: 23 ago. 2017.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Maranhão. *Apelação Cível n. 048301/2016*. Apelante: Facebook – Serviços Online do Brasil Ltda. Apelado: Zesiel Ribeiro da Silva. Relator: Des. Raimundo Barros. São Luís, 31 de julho de 2016. Disponível em: <http://www.omci.org.br/m/jurisprudencias/arquivos/2017/tjma_00028598820158100040_31072017.pdf>. Acesso em: 31 ago. 2017.

_____. Tribunal Regional Eleitoral do Mato Grosso do Sul. *Representação n. 901-38.24.6.12.0000*. Representante: Simone Nassar Tebet. Representado: Antônio João Hugo Rodrigues. Relator: Emerson Cafure, Juiz Auxiliar. Campo Grande, 22 de agosto de 2014. Disponível em <<http://s.conjur.com.br/dl/direito-resposta-facebook-simone-tebet2.pdf>>. Acesso em: 31 ago. 2017

FACEBOOK. *Como o Feed de notícias funciona*. 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/327131014036297>>. Acesso em: 25 ago. 2017.

FERNANDES NETO, Guilherme. *Direito da comunicação social*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

FERRARI, Bruno; MANSUR, Alexandre. O Facebook virou o grande vilão da eleição de Trump. *Época*, 11 nov. 2016. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tecnologia/experiencias-digitais/noticia/2016/11/o-facebook-virou-o-grande-vilao-da-eleicao-de-trump.html>>. Acesso em: 31 ago. 2017.

MORAES, Alexandre de. *Direitos humanos fundamentais: teoria geral*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

PARISER, Eli. *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. São Paulo: Zahar, 2012.

POLONSKI, Vyacheslav. The Biggest Threat to Democracy? Your Social Media Feed. *World Economic Forum*, 19 ago. 2016. Disponível em: <<https://www.weforum.org/agenda/2016/08/the-biggest-threat-to-democracy-your-social-media-feed/>>. Acesso em: 29 ago. 2017.

SÁ, Nelson de. Facebook testa mudança para amenizar “efeito bolha” na plataforma. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 25 abr. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/04/1878367-facebook-testa-mudanca-para-amenizar-efeito-bolha-na-plataforma.shtml>>. Acesso em: 31 ago. 2017.

SANKIEVICZ, Alexandre. Quando é devido o direito de resposta? *Direito Público*, Porto Alegre, ano 8, n. 38, p. 27-46, mar./abr. 2011. Disponível em: <<http://dspace.idp.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/686>>. Acesso em: 29 ago. 2017.