

Fernando Molica

Liberar mentira é como distribuir dinheiro e remédios falsos

Ao liberar a mentira em suas redes, Mark Zuckerberg age como um cúmplice dos que espalham dinheiro, combustível ou medicamentos falsos no mercado. É como se o Banco Central, a Agência Nacional do Petróleo e a Anvisa deixassem de controlar a validade das cédulas, da gasolina e dos remédios — a tarefa seria de cada um de nós.

Informação confiável é relevante para todos. Mentiras são capazes de destruir reputações e vidas, de provocar mortes e abusos de crianças, de incentivar suicídios, de sabotar democracias, de levar à perseguição de povos, de etnias, de grupos religiosos — judeus, palestinos, bósnios, armênios e tutsis, entre outros, sabem disso.

Ao acabar com checagem de informações do Facebook, do Instagram e do Threads, Zuckerberg vai dificultar sua vida, leitor/leitora, na hora de tentar retirar dessas redes montagens que mostrem sua filha em situações constrangedoras, informações falsas sobre sua empresa,

boatos contra sua família.

Diferentemente do que pregam os que vivem das fake news, não existe liberdade para mentir: o Código Penal é claro aos definir os crimes de injúria, calúnia e difamação. Numa democracia, todos temos o direito de falar o que bem entendermos, mas estamos sujeitos a pagar pelo que afirmamos.

A liberdade que tenho para escrever este e outros textos parte do pressuposto de que eu, e, no limite, o Correio, podemos ser responsabilizados pelo que é publicado. O jornal tem endereços físicos e virtual, é obrigado a respeitar a legislação, o contraditório e o direito de resposta. Isso não atenta contra a liberdade de imprensa, reforça o compromisso que temos com os leitores e com a sociedade e com a qualidade do produto é oferecido.

As redes sociais são veículos de comunicação, ganham — muito — dinheiro com venda de publicidade, com a comercialização de perfis que se encaixam no foco de produ-

tos e partidos políticos. Como TVs, rádios, jornais e sites, não podem se eximir da responsabilidade pelo que publicam, não têm o direito de lavarem as mãos, de deixarem para seus consumidores a tarefa de brigar com a mentira. Não são associações recreativas, mas empresas gigantescas.

A Meta, dona das tais redes, é responsável pelo que expõe. Não tem, obviamente, como impedir a publicação de fake news, mas isso não a impede de retirar do ar o que representa uma evidente mentira ou ataque a pessoas ou a grupos. O comandante de um avião tem o direito e o dever de retirar o passageiro que ameaça a segurança da viagem.

Todos nós podemos gostar ou não gostar do Lula e do Bolsonaro, chamá-los de incompetentes, equivocados, criticar suas falas e atitudes, suas visões de mundo. Mas corremos o risco de sermos processados se a eles atribuímos crimes não comprovados. Censura? Não, é o mesmo princípio que garante a cada um de nós o direito de não sermos

vítimas de injúrias, calúnias e difamações.

O caráter transnacional das redes sociais dificulta a possibilidade de punições. Posso ser condenado se ofender meu vizinho numa conversa entre nós dois, mas terei boa chance de ficar impune se, anonimamente e/ou do exterior, postar algo ainda mais grave contra ele e que será lido por muita gente.

A Justiça existe para fazer cumprir leis que cada sociedade julga essenciais para sua própria existência. Ninguém pode ficar acima das normas; os sinais verde e vermelho têm que ser respeitados, caso contrário, todos atropelariamos e seríamos atropelados.

Sob a capa de defensores da liberdade, ativistas e políticos que atacam qualquer controle social das redes são, de modo geral, autores ou cúmplices de notícias fraudulentas. Protegem traficantes que atuam como os que espalham dinheiro, combustível ou remédios falsos, ajudam terroristas a entrarem com bomba num avião.

OUTRAS PÁGINAS NO BRASIL E NO MUNDO

José Aparecido Miguel (*)

Meta retira checagem das redes: Zuckerberg, Trump e outros querem controlar a sociedade (você). Lula deve vetar 'jabutis' etc.

1-LULA DEVE VETAR 'JABUTIS'. Por Jeniffer Gularte e Manoel Ventura. O presidente Luiz Inácio Lula da Silva deve vetar os chamados "jabutis" inseridos pelo Congresso Nacional no projeto de lei que regulamenta a instalação de equipamentos para energia eólica em alto mar (offshore). Essa proposta aprovada no fim do ano passado incluiu uma série de medidas que podem encarecer as contas de luz, na avaliação de especialistas e do próprio governo. Jabuti é o jargão dado no Congresso a trechos inseridos em projetos de lei que nada têm a ver com o tema original. (...) (O Globo)

2-MARQUETEIRO NA COMUNICAÇÃO DE LULA. Contato mais próximo, carta branca e olho em reeleição em 2026: entenda por que Lula escalou marqueteiro Sidônio Palmeira na Comunicação substituindo Paulo Pimenta. Por Jeniffer Gularte e Karolini Bandeira. A comunicação pelas redes sociais será uma das prioridades. Paulo Pimenta entrará de férias e, após retornar, conversará com Lula sobre seu futuro. (...) (O Globo)

3-QUEM É SIDÔNIO. Por Leonardo Miazzi e Thais Reis Oliveira. Sidônio, atuando há meses como consultor informal do presidente, já vinha ganhando mais nacos de poder no governo. Teve papel determinante, por exemplo, no desenho da es-

tratégia de comunicação para o anúncio da nova faixa de isenção do Imposto de Renda junto ao pacote fiscal, medida que buscou reforçar a narrativa de alívio econômico para a classe média. Com larga experiência em marketing político, Palmeira é visto como alguém mais capaz de reagir às frequentes e complexas demandas da comunicação social em tempos de polarização, desinformação e desregulação da internet. (...) (Carta Capital)

4-PRODUTOS MAIS EXPORTADOS PELO BRASIL. Ranking dos produtos mais exportados pelo Brasil em 2024 e principais destinos. Por Matheus Almeida. Principal produto comercializado pelo Brasil nos anos de 2023 e 2022, a soja apresentou uma queda de 11,04% no valor exportado em 2024. O motivo apontado para técnicos do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) foi uma redução da safra, com consequente menor disponibilidade para exportações. O petróleo assumiu assim o protagonismo e foi o produto de exportação com maior valor comercializado pelo Brasil no período. Apenas os óleos brutos somaram US\$ 44,8 milhões. O valor representa um crescimento de 5,2% sobre os R\$ 42,6 milhões do ano anterior. Veja ranking dos produtos mais exportados em 2024 em dólares. 1. Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos, crus

44.842,76. 2. Soja 42.941,65. 3. Minério de ferro e seus concentrados 29.845,78. 4. Açúcares e melações 18.631,30. 5. Óleos combustíveis de petróleo ou de minerais betuminosos (exceto óleos brutos) 11.690,27. 6. Carne bovina fresca, refrigerada ou congelada 11.657,32. 7. Café não torrado 11.337,47. 8. Celulose 10.610,04. 9. Farelos de soja e outros alimentos para animais (excluídos cereais não moídos), farinhas de carnes e outros animais 10.407,87. 10. Carnes de aves e suas miudezas comestíveis, frescas, refrigeradas ou congeladas 9.081,04. Mesmo com crescimento de 3% no volume de produtos embarcados, o país teve uma queda de 0,8% no valor das exportações. (...) (IstoÉ)

5-IMPACTO GRAVE EM 2026. Relaxamento no controle das fake news (notícias falsas) pode ter impacto grave em 2026, diz professor sobre decisão da Meta. Para Marcio Moretto, o fim da checagem afronta soberania das nações e impõe um retrocesso que ignora as lições do escândalo Cambridge Analytica. Por Ana Luiza Basílio. O anúncio de Mark Zuckerberg, CEO da Meta, sobre o fim do programa de checagem de fatos nos Estados Unidos e a adoção de um sistema de "notas da comunidade" semelhante ao do X (antigo Twitter) alarmou especialistas em tecnologia e proteção de dados dentro e fora do país. (...) (Carta Capital)

6-AONDE ZUCKERBERG QUER CHEGAR? Meta retira checagem das redes: aonde Zuckerberg quer chegar com aceno a Trump? Dono da Meta anunciou o fim do sistema de checagens de plataformas como Facebook, Instagram e Threads. Integrantes de organizações especializadas se dizem decepcionados. Por Juliana Causin, Bernardo Lima e Agências Internacionais. E a principal motivação é política. Na prática: Meta passa a permitir que usuários classifiquem gays e trans como 'doentes mentais', por exemplo. Trump comemora: Presidente eleito dos EUA diz que suas ameaças 'provavelmente' influenciaram Zuckerberg a mudar regras na Meta. (...) (O Globo) Chefe do Facebook se curva ao trumpismo e puxa o tapete de checadores. Mark Zuckerberg anunciou fim de programa de checagem de fatos da Meta Por Daniel Bramatti. Nos Estados Unidos, o serviço de checagem do jornal The Washington Post registrou nada menos do que 30.574 declarações falsas ou enganosas de Donald Trump nos seus primeiros quatro anos de governo. (...) (O Estado de S. Paulo)

(*) José Aparecido Miguel, jornalista, diretor da Mais Comunicação-SP, trabalhou em todos os grandes jornais brasileiro - e em todas as mídias. E-mail: jmigueljb@gmail.com

EDITORIAL

Discussão urgente: qual o limite da IA?

A inteligência artificial (IA) é uma das maiores revoluções tecnológicas do século XXI, abrindo caminhos inimagináveis para a criatividade, eficiência e inovação. Seu recente aparecimento impressiona qualquer pessoa diante sua multifuncionalidade. Porém, com grandes avanços vêm grandes responsabilidades que, atualmente, não estão sendo totalmente levadas em conta por inúmeras empresas que trabalham com essa tecnologia. Recentemente, caso como o da cantora Anitta, que questionou o uso de sua voz por um aplicativo sem sua autorização, escancaram uma questão ética urgente: até onde podemos ir com a IA antes de cruzar o limite do direito individual e do respeito ao próximo? Qual é o seu limite?

A capacidade da IA de replicar vozes, imagens e até personalidades de figuras públicas, além de formular texto ou responder questionamentos, impressiona pela precisão. Contudo, quando essas capacidades são exploradas sem consentimento, surgem problemas complexos e que devem ser levados a sério. Artistas têm suas vozes e imagens protegidas por

direitos autorais, mas a tecnologia muitas vezes atua em uma área cinzenta, onde a legislação não consegue acompanhar esses avanços. A utilização de sua voz sem autorização não é apenas uma violação legal, mas também ética. A identidade vocal e visual de qualquer pessoa, seja famosa ou não, é uma extensão de sua personalidade e trabalho. Ninguém tem o direito de usufruir disso sem a devida autorização pessoal. Quem está recebendo por todo esse sucesso, a pessoa que teve sua voz 'roubada' ou os responsáveis pelo desenvolvimento do aplicativo? A resposta todos nós sabemos.

A questão vai além do direito autoral, tem a ver com controle sobre a própria identidade. Quando a Inteligência Artificial permite que vozes e imagens sejam utilizadas sem restrições, abre-se a porta para a manipulação de discursos, a disseminação de desinformação, as famosas fake news, e até mesmo o lucro às custas de outros.

Mesmo com o avanço e os benefícios da tecnologia para nós humanos, temos o dever que fazer com que ela cresça, com humanidade.

A loucura do mercado da bola

Todo início de ano, como um ritual previsível, o futebol brasileiro entra em um ciclo vicioso que se repete com frequência: o mercado da bola. Um período onde rumores e especulações sobre contratações e transferências dominam o noticiário esportivo, e os torcedores — imersos em um mar de expectativas — se deixam levar pela promessa de reforços que, muitas vezes, não atendem às reais necessidades de seus clubes. O resultado disso? A cada janela de transferências, uma ansiedade coletiva toma conta, sendo alimentada pela mídia, pelos próprios clubes e pelos próprios torcedores, que, em alguns casos, parecem mais focados em novos nomes do que em conquistas concretas.

Esse comportamento, se por um lado acende a chama do entusiasmo nos torcedores, por outro expõe a fragilidade estrutural do futebol brasileiro.

Quando a euforia do mercado da bola ultrapassa a razão, muitos clubes se veem pressionados a agir mais pela necessidade de agradar a sua torcida do que por um planejamento sólido e responsável. É o caso das contratações que se arrastam para além da análise técnica e financeira, transformando-se em gestos populistas que muitas vezes resultam em prejuízos, seja no campo, seja nos cofres da instituição.

A imprensa, como intermediária de todo esse processo, tem uma grande responsabilidade nesse cenário. Ela não apenas transmite as especulações, mas também cria uma narrativa que coloca a ansiedade do torcedor como o centro das discussões. A busca por clicks e audiência muitas vezes se sobrepõe à responsabilidade de informar com precisão, distorcendo os reais interesses dos clubes.

Opinião do leitor

Fechamento de bancas de jornais em Niterói

É inacreditável o que a Prefeitura de Niterói está fazendo com os jornalistas. Fechar as bancas significa a retirada do ganha-pão desses trabalhadores. Espero que essa decisão seja revista pelo município.

Sérgio Guimarães
Rio de Janeiro - Rio de Janeiro

O CORREIO DA MANHÃ NA HISTÓRIA * POR BARROS MIRANDA



HÁ 95 ANOS: VARGAS LOTA RUAS DE SÃO PAULO E SANTOS

As principais notícias do Correio da Manhã em 9 de janeiro de 1930 foram: Falando sobre o seu programa de governo, o general

Primeiro de Rivera afirma que deixará o comando da Espanha ainda este ano. Embaixadas de Itália e Bélgica desmentem os boatos de atentado

contra o rei Alberto. Getúlio Vargas atrai multidão em São Paulo e em Santos; João Pessoa regressa ao Rio de Janeiro.

HÁ 75 ANOS: CHINESES DE FORMOSA INVESTEM EM ARMAMENTOS

As principais notícias do Correio da Manhã em 9 de janeiro de 1950 foram: Na mensagem de abertura do Congresso, Truman

afirma que EUA está pronto para a 'guerra fria' contra a URSS. Questão trabalhista põe em risco a coalizão de Bidault na França. Nacionalistas

chineses investem pesado em armamentos para proteger Formosa. Comício pelo brigadeiro Eduardo Gomes lota ruas de Niterói.

Correio da Manhã

Fundado em 15 de junho de 1901

Edmundo Bittencourt (1901-1929)
Paulo Bittencourt (1929-1963)
Niomar Moniz Sodré Bittencourt (1963-1969)

Patrick Bertholdo (Diretor Geral)
patrickbertholdo@correiodamanha.net.br

Cláudio Magnavita (Diretor de Redação)
redacao@jornalcorreiodamanha.com.br
Redação: Carlos Martins, Gabriela Gallo, Ivo Ribeiro, Marcelo Perillier, Pedro Sobreiro, Rudolfo Lago (editor), William França e Rafael Lima
Serviço noticioso: Folhapress e Agência Brasil
Projeto Gráfico e Arte: José Adilson Nunes (Coordenação) e Thiago Ladeira

Telefones (21) 2042 2955 | (11) 3042 2009 | (61) 4042-7872
WhatsApp: (21) 97948-0452
Rio de Janeiro: Av. João Cabral de Melo Neto 850 Bloco 2 Conj. 520
Rio de Janeiro - RJ CEP 22775-057
Brasília: ST SIBSQuadra 2 conjunto B Lt 10 - Nucleo Bandeirantes
Brasília - DF CEP 71736-20

www.correiodamanha.com.br

Os artigos publicados são de exclusiva responsabilidade dos autores e não necessariamente refletem a opinião da direção do jornal.