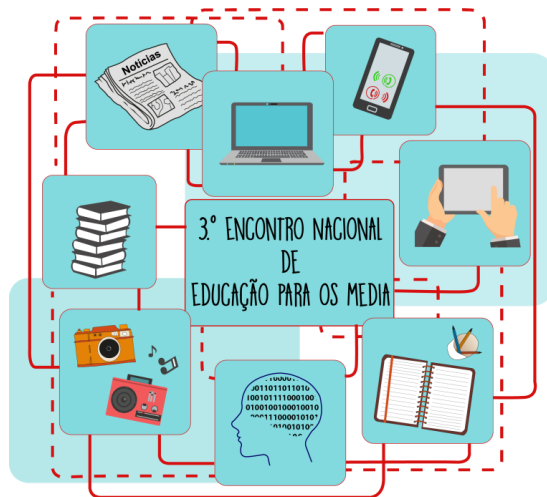




Os Media e as Notícias falsas

João Carlos Barradas

«Há fome e sede de notícias: todos querem saber tudo, — o que pode e deve saber -se e o que não pode nem deve saber-se -. a máquina reproduz em minutos o pensamento, para ser transmitido a todos os pontos da terra, [...]; inventou -se o tipógrafo-máquina e deve esperar-se, portanto, que venha a idear-se o redactor-máquina. [...]

Daqui a 50 anos, os jornais publicarão uma folha, inteiramente nova, de hora a hora, e, daqui a 100 anos, de minuto a minuto, de instante a instante. Será um moto contínuo e ainda não satisfará a curiosidade pública. Cada cidadão fará um jornal: o artigo de fundo constará sempre das notícias da sua vida pública e íntima. Cada um informará o respeitável público das horas a que se levanta da cama, tendo previamente declarado como passou a noite; noticiará a que horas almoça e o que almoçou; referirá, minuciosamente, o seu jantar e as pessoas com quem jantou; dirá se o jantar estava bem cozinhado; contará se o seu gato miou, se o cão ladrou, se o papagaio está incomodado; narrará todas as miudezas da sua casa, não escapará à publicidade a mínima dor de cabeça ou de estômago; se estiver doente, publicará um boletim das moléstias, não só a seu respeito, mas de toda a sua família; enfim, todas as circunstâncias da vida caseira, as mais íntimas, serão contadas no jornal, acomodando o estilo aos factos.

Deste modo, haverá um grande progresso, porque se dispensarão os curiosos de espreitar o que se passa na casa de cada um, para o virem dizer ao público: o cidadão contará, de instante a instante, a sua vida, e, deste modo, fica completamente satisfeita a curiosidade geral. [...]

O telégrafo eléctrico generalizar-se-á, cada cidadão terá o seu telégrafo em correspondência mútua, de maneira que em um minuto se saberá o que se passa nos pontos mais afastados e, em Lisboa, se poderá saber, de instante a instante, até à vida caseira do mais boçal esquimó; com o que os povos hão-de folgar, deleitar-se e instruir-se.»

O Jornal do Commercio, 25 Fevereiro de 1868

Eleições italianas de Março 2018. Em Janeiro a equipa de Claudio Agosti criou seis perfis com identidades fictícias. Não estabeleceram amizades, mas apenas idênticos following de cunho político. Os like de cada perfil incidiam exclusivamente sobre publicações: fascista, direita liberal, Movimento 5 Estrelas, centro-esquerda, esquerda -radical e um indeciso. O perfil fascista revelou-se o mais limitado na recepção de material político exclusivamente de extrema-direita. A exposição no Facebook “não é um reflexo do mundo real, mas uma experiência pessoal feita por medida.”

"The campaign's exhaustive use of Facebook triggered the site's internal safeguards. "It was more like we blew through an alarm that their engineers hadn't planned for or knew about," said St. Clair, who had been working at a small firm in Chicago and joined the campaign at the suggestion of a friend. "They'd sigh and say, 'You can do this as long as you stop doing it on Nov. 7.' " (Facebook officials say warning bells go off when the site sees large amounts of unusual activity, but in each case the company was satisfied the campaign was not violating its privacy and data standards.) Jim Rutenberg.

Ainsi, on peut lire que l'intelligence est aux deux tiers génétique, et que l'école doit utiliser au mieux ce tiers sur lequel elle peut jouer en focalisant ses efforts sur les «gamins pauvres». Il est de même affirmé que la réussite scolaire est influencée par des facteurs génétiques à hauteur de 30% à 50%, à parts égales avec les facteurs familiaux et sociaux, et que les personnes les plus défavorisées socialement sont aussi les plus désavantagées génétiquement.

http://www.lemonde.fr/sciences/article/2018/04/25/halte-aux-fake-news-genetiques_5290360_1650684.html#BEGMXMdQ6clw0Zgq.99



https://twitter.com/silverabl/status/880390304976822272/photo/1?tfw_creator=Le_Scan&tfw_site=Le_Scan&ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.lefigaro.fr%2Fpolitique%2Fle-scan%2F2017%2F06%2F29%2F25001-20170629ARTFIG00211-l-histoire-secrete-d-une-photo-officielle.php



<http://www.studiolum.com/wang/russian/khaldei/52.jpg>

“Aquele sítio, que era um ponto morto da cidade, com dezenas de desempregados a vaguear pela rua e com dezenas de cães vadios, padecendo da doença do sono, tinha-se transformado, de forma inesperada e espontânea, numa zona dinâmica, agitada e barulhenta, graças àquele desgraçado buraco.”

Um buraco em Onitsha, Ryszard Kapuściński «Ébano» (Varsóvia, 1998)

"I don't know what you mean by 'glory,'" Alice said.
Humpty Dumpty smiled contemptuously. "Of course you don't—till I tell you. I meant 'there's a nice knock-down argument for you!'"
"But 'glory' doesn't mean 'a nice knock-down argument'," Alice objected.
"When I use a word," Humpty Dumpty said, in rather a scornful tone, "it means just what I choose it to mean—neither more nor less."
"The question is," said Alice, "whether you can make words mean so many different things."
"The question is," said Humpty Dumpty, "which is to be master—that's all." Alice was too much puzzled to say anything, so after a minute Humpty Dumpty began again. "They've a temper, some of them—particularly verbs, they're the proudest—adjectives you can do anything with, but not verbs—however, O can manage the whole lot! Impenetrability! That's what I say!"

Through the Looking-Glass, Lewis Carroll (Londres, 1871)

“Não sei o que quer dizer com ‘glória’”, disse Alice. Humpty Dumpty sorriu, desdenhoso. “Claro que não sabe... até que eu lhe diga. Quero dizer ‘é um belo e demolidor argumento para você!’” “Mas ‘glória’ não significa ‘um belo e demolidor argumento’”, Alice objectou. “Quando eu uso uma palavra”, disse Humpty Dumpty num tom bastante desdenhoso, “ela significa exatamente o que quero que signifique: nem mais nem menos.” “A questão é”, disse Alice, “se pode fazer as palavras significarem tantas coisas diferentes.” “A questão”, disse Humpty Dumpty, “é saber quem manda — só isto.” Alice estava perturbada demais para dizer o que quer que fosse, de modo que, após um minuto, Humpty Dumpty recomeçou. “São temperamentais, algumas... em particular os verbos, são os mais orgulhosos... com os adjetivos pode-se fazer qualquer coisa, mas não com os verbos... contudo, consigo manobra-los a todos! Impenetrabilidade! É o que eu digo!” “

E tu, perguntou então Carlos, voltando-se para o Euzebiosinho.
Tens estado em Sintra, hein? Que se faz lá?... O Ega?
O outro ergueu-se guardando o canivete, ajeitando as lunetas.
- Lá está no Victor, muito engraçado, comprou um burro... Lá está o Dâmaso também... Mas esse pouco se vê, não larga os Cohens... Enfim tem-se passado menos mal, com bastante calor...
- Tu estavas outra vez com a mesma prostituta, a Lola?
Euzebiosinho fez-se escarlate. Credo! estava no Victor, muito sério! O Palma é que lá tinha aparecido com uma rapariga portuguesa... Tinha agora um jornal, A Corneta do Diabo.
- A Corneta...?
- Sim, do Diabo, disse o Euzebiosinho. É um jornal de pilhérias, de picuinhas... Ele já existia, chamava-se o Apito; mas agora passou para o Palma; ele vai-lhe aumentar o formato, e meter-lhe mais chalaça...
- Enfim, disse Carlos, qualquer coisa sebácea e imunda como ele...”

Eça de Queirós, «Os Maias» (Porto, 1888)

Relato / Notícia / Novidade / Relevância / Informação Fidedigna

Crítica Interna / Crítica Externa

Privacidade

EFE

@abc_cultura 23/04/2018

La sociedad sigue confiando en la prensa tradicional incluso ante fenómenos digitales como WikiLeaks, cuyo impacto depende, «paradójicamente, de su difusión en la prensa de papel que aún conserva su influencia y poder legitimador», según un estudio de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M).

Es la conclusión de un análisis de la plataforma de filtraciones WikiLeaks desde su nacimiento en 2006 hasta el año 2012, que publicado en la Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS), del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

«Pese a que la prensa en papel no deja de disminuir su tirada, aún marca la tendencia en la opinión pública mundial y es referente para informarse» en la era de internet, aseguran los investigadores

Carlos Elías y Alberto Quian.

«Nuestra investigación busca explicar cuándo, cómo y por qué emerge WikiLeaks como fenómeno global» y analizar sus estrategias para la difusión de documentos secretos «en tres claras etapas», explica Elías.

Para ello, se usaron herramientas gratuitas de analítica web para recoger datos de cuatro niveles de popularidad digital: búsquedas en Google, acceso a la web de WikiLeaks, presencia y seguidores en Twitter durante más de cinco años.

http://www.abc.es/cultura/abci-prensa-papel-conserva-influencia-y-poder-legitimador-frente-fenomenos-como-wikileaks-201804231048_noticia.html

Máximo impacto

Los datos de impacto de la primera etapa, cuando Julian Assange liberó información masivamente y en bruto en su web «sin pasar por el filtro de los procesos periodísticos y de los medios convencionales», revelan la «ineficacia de esta estrategia para influir en la opinión pública y causar reacciones sociales y políticas significativas», explica Quian, experto en cultura hacker.

Los picos más altos de popularidad de WikiLeaks se alcanzaron en 2011, coincidiendo con su colaboración en el caso «Cablegate» con cinco periódicos -The Guardian, The New York Times, Der Spiegel, Le Monde y El País- para el manejo y publicación de 230.000 cables filtrados de la diplomacia estadounidense.

Según el estudio, WikiLeaks alcanzó «su máximo impacto» en esta segunda etapa, cuando le amparaban «solo cinco medios, pero pertenecientes a la denominada prensa de calidad», cuyos periodistas analizan y contextualizan en profundidad los temas.

Sin embargo, «el matrimonio de conveniencia de la prensa influyente con WikiLeaks terminó en septiembre de 2011», cuando Assange decidió publicar íntegramente los cables diplomáticos «sin que los periodistas tradicionales editasen previamente la información», previa consulta con sus seguidores en Twitter que votaron a favor de colgar los cables en bruto en la página web.

En un comunicado conjunto, el 2 de septiembre de aquel año, los cinco periódicos condenaron la publicación «sin ocultar la identidad de las fuentes», poniendo así en peligro a los informantes, lo que supuso la ruptura con los medios tradicionales.

Aunque WikiLeaks intensificó las filtraciones y su actividad en redes sociales durante 2011 y 2012, no logró igualar las cotas de popularidad y el impacto conseguido a finales de 2010, coincidiendo con la detención de Assange por la policía británica, cuando 9,4 millones de usuarios consultaron contenidos sobre WikiLeaks en la web de The Guardian, 43% de ellos procedentes de EEUU.

Tercera etapa

A finales de 2011, tras publicar documentos sobre compañías de seguridad y espionaje en colaboración con el colectivo «Budget Planet», vinculado a hackers, con la ONG Privacy International y medios de seis países, Assange inició una tercera etapa con «mayor variedad de socios», según el estudio.

La nueva estrategia se consolidó en 2012, pasando de cinco grandes periódicos a 29 más pequeños pero «más diversos geográfica e idiomáticamente», entre ellos Público, sin obtener el impacto esperado, explican los autores.

La conclusión es que «la prensa tradicional y de papel sigue siendo quien otorga influencia y prestigio, incluso a fenómenos tan antisistema que critican a estos medios como Wikileaks».

Mientras duró el «matrimonio con la prensa influyente», Wikileaks ofreció a estos medios una ventaja competitiva en sus mercados: «la exclusividad, un salvavidas en un momento crítico para la prensa, que vive una crisis de credibilidad y de negocio», explican.

La prensa de prestigio, por su parte, confirió «credibilidad y legitimidad» permitiendo que las filtraciones fuesen publicadas como «actos periodísticos responsables», lo que además confería a WikiLeaks algunas protecciones legales gracias «al derecho a la libertad de prensa de sus socios».

Para Elías, «un medio alternativo como WikiLeaks es menos probable que sea reconocido o leído por ciudadanos comunes» si no aprovecha «la publicidad proporcionada por los medios de comunicación convencionales», concluye este profesor de Periodismo de la UC3M.

OS EQUÍVOCOS DE WIKILEAKS

"Wikileaks" prepara a divulgação de mais documentos sobre a guerra no Afeganistão num ambiente de paranóia, secretismo e desinformação.

O fundador do projecto, Julian Assange, viu-se, entretanto, alvo de acusações de comportamento sexual impróprio para com duas mulheres na Suécia. Assange, acusado inicialmente de violação pela procuradoria de Estocolmo antes de passar a ser investigado por molestar sexualmente duas colaboradoras de "Wikileaks", denunciou o caso como uma campanha de intimidação e difamação inspirada pelo Pentágono. As informações disponíveis indiciam tratar-se de um desentendimento pessoal entre os três envolvidos, mas o seu destaque mediático acabou por relegar para segundo plano outra polémica muito mais grave: a alegada tentativa de negociação entre "Wikileaks" e as autoridades norte-americanas sobre a divulgação de novos documentos da guerra afegã.

A grande fuga

A 25 de Julho "Wikileaks" publicou cerca de 75 mil documentos sobre operações militares entre Janeiro de 2004 e Dezembro de 2007. A documentação, sem trazer revelações de monta, foi previamente cedida a órgãos de informação credíveis dos Estados Unidos, Grã-Bretanha e Alemanha para potenciar o impacto das revelações. Os relatórios confirmavam um quadro deprimente do esforço de guerra e a sua autenticidade não foi posta em causa. A Casa Branca, após deplorar o comportamento irresponsável de "Wikileaks", aproveitou para sublinhar que a gravidade da situação no terreno, descrita nos documentos, justificara a estratégia de reforço militar do presidente Obama. "Wikileaks" afirma desconhecer a identidade da fonte. Já em Abril, ao divulgar vídeos de ataques de helicóptero em 2007 em Bagdad, que causaram a morte de 18 pessoas, incluindo dois jornalistas da Reuters, a organização referira desconhecer o responsável pela entrega do material (alegadamente um analista militar norte-americano acusado de ter ainda em sua posse correspondência diplomática).

Ao divulgar a documentação afegã "Wikileaks" não obliterou a identificação de colaboradores e informadores das forças militares da NATO e dos EUA ao contrário do que fizeram "The New York Times", "The Guardian" e "Der Spiegel". Face às críticas de que tal procedimento colocou em risco as vidas de civis e militares, "Wikileaks" afirma ter desde então tentado negociar com o Pentágono a edição de mais 15 mil documentos em seu poder.

Assange afirma não dispor de meios financeiros ou humanos para processar a documentação e a

organização terá, portanto, solicitado para o efeito a colaboração do Pentágono. Se esse apoio seria financeiro ou doutro tipo não ficou claro, mas o Pentágono negou quaisquer negociações, exigindo a devolução dos documentos. O absurdo da situação põe a claro os muitos equívocos em que assenta o projecto "Wikileaks".

Um anarquismo irresponsável

De Julian Assange sabe-se pouco. Nasceu em Townsville em 1971 e teve uma infância e adolescência aventureiras na Austrália. Das entrevistas que foi dando transparece uma filosofia anarquista de contestação a todos os poderes que o levou ao universo dos "hackers". Em Dezembro de 2006 deu início, com parceiros não-identificados, à plataforma "Wikileaks". A divulgação de documentos confidenciais relevantes, sobre corrupção no Quênia nomeadamente, foi firmando a reputação de "Wikileaks", apesar de surgirem no site outros materiais bastante duvidosos.

À medida apareciam mais documentos secretos de vários governos - da Austrália aos Estados Unidos, passando pela Tailândia ou a China - passaram a considerar Assange uma ameaça para a segurança nacional, mas a organização só saltou para a ribalta com os vídeos dos ataques em Bagdad.

A plataforma de todas as fugas segue uma filosofia excêntrica. Oferece garantias técnicas e legais de não-identificação às suas fontes. Afirma publicar na íntegra toda a informação que lhe chegar (ainda que em certos casos proceda à edição do material), segundo vagos procedimentos de crítica interna e externa dos documentos por parte de colaboradores não-identificados.

"Wikileaks" declara, por exemplo, ter em conta "motivos e oportunidade" das suas fontes ao apresentarem documentos para publicação, mas como alegadamente ignora a origem das fugas de informação é impossível levar em conta tal critério. Apesar de falar de um novo tipo de jornalismo dito científico, Assange ignora o confronto de várias fontes e o princípio do contraditório. Para "Wikileaks" a autenticidade de um documento é irrevelante e o seu escrutínio cabe à comunidade mundial através do acesso online. O financiamento da organização, que mantém servidores em vários países por motivos de segurança e protecção legal, é obscuro. Doações e trabalho voluntário garantem a subsistência e Assange afirma ter recebido contributos de cerca de 1 milhão de euros desde o início deste ano, reconhecendo ter tentado explorar diversas formas de financiamento como uma tentativa de leiloar documentos a órgãos de informação que se frustrou por alegada falta de interessados.

Um péssimo exemplo

Autoclassificada como plataforma transnacional a "Wikileaks" assume diversas formas institucionais - na Austrália surge como a biblioteca digital "The Sunshine Press" na Alemanha recorre a uma fundação, a Wau Holland Stiftung - e reivindica estar ao serviço da transparência, contra obfuscações, manipulações e corrupções governamentais ou empresariais. Na verdade, "Wikileaks" não cumpre nenhum dos rigorosos princípios de escrutínio e transparência que caracterizam projectos como, por exemplo, as "Secrecy News" promovidas desde 1991 pela Federation of American Scientists que publicitam e analisam documentação de interesse público e não-divulgada pelas autoridades sem motivos justificados.

"Wikileaks" está sujeita a todas as manipulações por não apresentar garantias de escrutínio e responsabilidade pública. É um mero depósito para fugas de informação. Tudo pode ir lá parar e mesmo informação credível, relevante e de interesse público pode acabar comprometida por falta de escrutínio.

Assange é um fenómeno típico do anonimato e irresponsabilidade que a internet também propicia e a sua filosofia equívoca compromete outras iniciativas em prol da transparência administrativa e empresarial e assentes nos princípios democráticos de responsabilização pública.

João Carlos Barradas

25 Agosto 2010
Jornal de Negócios

Comissão Europeia - Comunicado de imprensa

Combater a desinformação em linha: Comissão propõe um código de conduta à escala da UE

Bruxelas, 26 de abril de 2018

A Comissão propõe hoje medidas para combater a desinformação em linha, nomeadamente um código de conduta sobre desinformação à escala da UE, apoio a uma rede independente de verificadores de factos e uma série de ações destinadas a incentivar o jornalismo de qualidade e a promover a literacia mediática.

As recentes revelações do Facebook/Cambridge Analytica demonstraram exatamente de que modo os dados pessoais podem ser explorados nos contextos eleitorais e recordam em bom momento que é preciso fazer mais para assegurar a resiliência dos processos democráticos. A Comissão Europeia adotou hoje medidas para lutar contra a desinformação e assegurar a proteção da segurança e dos valores europeus.

Andrus Ansip, Vice-Presidente da Comissão Europeia responsável pelo Mercado Único Digital, afirmou: «A desinformação não é nova como instrumento de influência política. As novas tecnologias, em especial as digitais, alargaram o seu alcance via o ambiente em linha para minar a nossa democracia e sociedade. Uma vez que é fácil quebrar a confiança em linha, mas difícil restaurá-la, o setor precisa de trabalhar connosco sobre este assunto. As plataformas em linha têm um papel importante a desempenhar na luta contra as campanhas de desinformação organizadas pelos indivíduos e países que pretendem ameaçar a nossa democracia.»

Mariya Gabriel, Comissária responsável pela Economia e Sociedade Digitais, declarou: «Apelamos a todos os intervenientes, e em especial às plataformas e redes sociais, que têm uma responsabilidade clara de agir com base num plano de ação que procure estabelecer uma abordagem comum europeia de modo a capacitar os cidadãos e a protegê-los efetivamente contra a desinformação. Acompanharemos de perto os progressos realizados e, no caso de os resultados se revelarem insatisfatórios, poderemos propor outras ações até dezembro, incluindo medidas de natureza regulamentar.»

Sir Julian King, Comissário responsável pela União da Segurança, afirmou: «A arsenalização das notícias falsas em linha e da desinformação representa uma séria ameaça para a segurança nas nossas sociedades. A subversão de canais fiáveis para propagar conteúdos perniciosos e

divisionistas requer uma resposta lúcida assente numa maior transparência, rastreabilidade e responsabilidade. As plataformas Internet têm um papel fundamental a desempenhar na luta contra o abuso das suas infraestruturas por agentes hostis e na manutenção da segurança para os seus utilizadores e para a sociedade.»

Com base no relatório independente publicado em março de 2018 pelo Grupo de Peritos de Alto Nível sobre Notícias Falsas e Desinformação em Linha, bem como em consultas mais vastas realizadas ao longo dos últimos seis meses, a Comissão define desinformação como «informação comprovadamente falsa ou enganadora que é criada, apresentada e divulgada para obter vantagens económicas ou para enganar deliberadamente o público, e que é suscetível de causar um prejuízo público».

No último inquérito Eurobarómetro, 83 % das pessoas interrogadas declararam que as notícias falsas representam um perigo para a democracia. Os inquiridos estavam particularmente preocupados com a desinformação intencional que visava influenciar as eleições e as políticas de imigração. O inquérito realçou igualmente a importância dos meios de comunicação social de qualidade: os inquiridos consideram que os meios de comunicação social tradicionais constituem a fonte de notícias mais fiável (rádio 70 %, televisão 66 %, imprensa 63 %). As fontes de notícias em linha e os sítios Web de vídeos são as fontes noticiosas que registam os índices de confiança mais baixos, de 26 % e 27 %, respetivamente.

O Centro Comum de Investigação da Comissão Europeia publicou um estudo sobre as notícias falsas e a desinformação, que indica que dois terços dos consumidores de notícias em linha preferem aceder às mesmas através de plataformas geridas por algoritmos, tais como motores de pesquisa e novos agregadores, bem como através dos sítios Web das redes sociais. Precisa igualmente que o poder de mercado e os fluxos de receitas passaram da comunicação social para os operadores de plataformas, que dispõem dos dados que lhes permitem fazer corresponder os artigos e anúncios aos leitores.

Medidas para combater a desinformação em linha

Para dar resposta a estas preocupações e tendências, a Comissão propõe uma série de medidas para combater a desinformação em linha. Entre estas, contam-se as seguintes:

- Um código de conduta sobre desinformação: até julho, e como primeiro passo, as plataformas em linha devem elaborar e seguir um código de conduta comum, com o objetivo de:
- Garantir a transparência sobre os conteúdos patrocinados, nomeadamente a publicação de propaganda política, restringir as suas opções, e reduzir as receitas dos transmissores de desinformação;
- Assegurar uma maior clareza sobre o funcionamento dos algoritmos e permitir a verificação por terceiros;
- Tornar mais fácil para os utilizadores descobrir e aceder a diferentes fontes noticiosas que representem pontos de vista alternativos;
- Introduzir medidas que permitam identificar e fechar contas falsas e lutar contra o fenómeno dos robôs digitais;
- Permitir aos verificadores de factos, aos investigadores e às autoridades públicas controlar permanentemente a desinformação em linha;
- Uma rede europeia independente de verificadores de factos que estabelecerá métodos de trabalho comuns, procederá ao intercâmbio de boas práticas e trabalhará com vista a alcançar a maior cobertura possível de correções de factos em toda a UE. Os verificadores serão

selecionados de entre os membros europeus da Rede Internacional de Verificação de Factos, que segue um código de princípios estrito;

- Uma plataforma digital segura europeia sobre desinformação que apoie a rede de verificadores de factos e os investigadores universitários pertinentes na recolha e análise de dados transfronteiras e lhes dê acesso a dados relativos a toda a UE;
- Reforçar a literacia mediática: um nível mais elevado de literacia mediática ajudará os europeus a identificar a desinformação em linha e a adotar uma atitude crítica face aos conteúdos em linha. Para tal, a Comissão encorajará os verificadores de factos e as organizações da sociedade civil a fornecerem material didático às escolas e aos educadores e organizará uma Semana Europeia da Literacia Mediática;
- Apoiar os Estados-Membros a fim de garantir a resiliência das eleições contra ameaças informáticas cada vez mais complexas, incluindo a desinformação em linha e os ciberataques;
- Promover sistemas de identificação em linha voluntários para melhorar a rastreabilidade e a identificação dos fornecedores de informação e promover uma maior confiança e fiabilidade nas interações em linha e nas informações e respetivas fontes;
- Promover uma informação de qualidade e diversificada: a Comissão convida os Estados-Membros a intensificarem o seu apoio ao jornalismo de qualidade, de modo a assegurar um ambiente mediático pluralista, diversificado e sustentável. Em 2018 a Comissão lançará um convite à apresentação de propostas para a produção e a difusão de notícias de qualidade sobre os temas da UE através de meios de comunicação social baseados em dados;
- Uma política de comunicação estratégica coordenada, elaborada pelos serviços da Comissão, combinando as iniciativas atuais e futuras da UE em matéria de desinformação em linha com as dos Estados-Membros, definirá atividades de sensibilização destinadas a combater os discursos falsos sobre a Europa e a lutar contra a desinformação, tanto dentro como fora da UE.

Próximas etapas

A Comissão convocará em breve um fórum multilateral com vista a proporcionar um quadro para uma cooperação eficaz entre as partes interessadas, incluindo as plataformas em linha, o setor da publicidade e os grandes anunciantes, e a obter compromissos a favor da coordenação e da intensificação dos esforços de luta contra a desinformação. O primeiro resultado do fórum será um código de conduta sobre desinformação à escala da UE, que deverá ser publicado até julho de 2018, a fim ter um impacto mensurável até outubro de 2018.

Até dezembro de 2018, a Comissão apresentará um relatório sobre os progressos realizados. O relatório examinará igualmente a necessidade de adotar medidas suplementares para assegurar o controlo e a avaliação contínuos das medidas descritas.

Contexto

Na sua carta de missão de maio de 2017, o Presidente da Comissão Europeia, Jean-Claude Juncker, incumbiu a Comissária responsável pela Economia e Sociedade Digitais, Mariya Gabriel, de identificar os desafios que as plataformas em linha colocam às nossas democracias no que se refere à desinformação, bem como de dar início a uma resposta da UE a esses desafios.

Em fevereiro de 2018, a Comissão adotou uma lista de recomendações na perspetiva das eleições de 2019 para o Parlamento Europeu, na qual insta: «As autoridades nacionais competentes [...] a identificarem, com base nas experiências dos Estados-Membros, as melhores práticas em matéria de identificação, redução e gestão dos riscos que os ataques informáticos e as campanhas de desinformação comportam para o processo eleitoral.»

Um grupo de peritos de alto nível sobre notícias falsas prestou aconselhamento à Comissão em matéria de luta contra a desinformação em linha. As conclusões e recomendações do grupo foram publicadas em 12 de março de 2018.

Antes destas iniciativas, a União Europeia já participava ativamente na luta contra a desinformação: em 2015, foi criado o Grupo de Trabalho East StratCom, sob a responsabilidade da Alta Representante/Vice-Presidente Federica Mogherini, na sequência de uma decisão do Conselho Europeu de março de 2015, para «reagir às atuais campanhas de desinformação lançadas pela Rússia». O Grupo de Trabalho funciona no Serviço Europeu para a Ação Externa desde setembro de 2015, comunicando eficazmente as políticas da UE nos países da vizinhança oriental; reforçando o ambiente mediático geral na vizinhança oriental, nomeadamente dando apoio à liberdade dos meios de comunicação social e ao reforço dos meios de comunicação social independentes; e melhorando a capacidade da UE para prever e combater as atividades de desinformação a favor do Kremlin e para sensibilizar o público a este respeito.

<https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/joao-carlos-barradas/detalhe/a-violacao-das-massas-pela-internet>

A VIOLAÇÃO DAS MASSAS PELA INTERNET

Desde pelo menos 2014 um grupo ligado a Prigojin, conterrâneo e amigo pessoal de Vladimir Putin, terá criado sites, aberto contas com identidades falsas no Facebook, Twitter entre outras plataformas, e efectuado financiamentos ilegais de acções de propaganda no intuito de criar instabilidade nos Estados Unidos, segundo investigação conduzida por Robert Muller.

A Agência de Investigação da Internet (Glavset) de Prigojin, referida pela primeira vez em 2013 nos media russos como envolvida em acções de propaganda e contrapropaganda digitais, terá manipulado subrepticiamente cidadãos norte-americanos, sem consciência informada da sua participação em actos ilegais, de acordo com o inquérito do conselheiro especial do departamento de justiça.

Hillary Clinton, centro do desprezo e ódio declarados de Putin, surgiu como alvo principal das acções de desinformação no decurso da campanha para a eleição de 2016 e Donald Trump acabou como beneficiário inesperado, mas, independentemente de outras operações conduzidas por agências estatais russas, acentuar a cizânia política era o fito fundamental desta cabala.

"Tullius Detritus goes to Washington"

Degradada pela má-fé e protagonismo desvairado de Donald Trump, a trágica farsa em exibição poderia ter como título irónico "Tullius Detritus goes to Washington" - evocando o filme de Frank Capra (1939) e a "Cizânia" de Gosciny e Uderzo (1970) -, só que as implicações alastram para o vasto, expansivo e permissivo universo digital e assumem tons sinistros.

O leque de pressões por via política, económica e financeira, potenciando actos ilegais, acções subversivas por ameaça ou uso de força contra alvos tão diversos quanto infra-estruturas, redes de energia ou sistemas de saúde, convulsiona a internet.

Os oligopólios Amazon, Google, Facebook - sediados nos Estados Unidos -, Baidu, Alibaba, Tencent - oriundos da China -, são faces visíveis de imensa concentração de transacções, dados pessoais e empresariais.

Para obstar à emergência de concorrência o poder destes conglomerados tenderá a aumentar graças à crescente conexão internet de objectos e transacções abrindo caminho à contestação de

princípios de neutralidade e auto-regulação.

Soberania de Estado alargada ao controlo de servidores, acessos e transacções de capitais, mercadorias e informação no universo digital é genericamente aventada por Estados como a China e a Rússia, privilegiando censura ao invés da opção de cooperação e controlo de delito mediante acerto legal internacional, punição ou interdição pelos códigos nacionais vigentes.

Facebook é caso flagrante de incongruência e susceptibilidade a manipulações devido ao estatuto ambivalente que tenta preservar de canal neutro de transacção de mensagens (representando o alegado conteúdo noticioso cerca 5% do fluxo de contactos e mensagens), ainda que recolha provento publicitário por interações indiferenciadas derivadas de particulares, empresas, instituições públicas e privadas.

China e Canadá optaram, entretanto, em Junho, por um acordo formal interditando ataques cibernéticos por via de entidades estatais, abarcando informação empresarial, mas a valia do entendimento aguarda prova.

Na abrangente anarquia digital, propiciada pela indefinição de imposições universais, legais e de facto, as propagandas vão, entretanto, valendo-se de chavões, palavras de ordem, símbolos taxativos, numa lógica clássica de valor provado alimentada por maldições, arrebatamentos e exigências prementes.

O digital e o tangível

Propaganda assente em simplicidade unívoca, dogmática, incontroversa, simplória, rebarbativa, omnipresente, propicia o condicionamento, na base de reflexos condicionados, na tese que fez época de "A Violação das Massas pela Propaganda Política", obra marcante do social-democrata russo, Serguei Tchakotin, nos anos da Segunda Guerra Mundial.

Numa veia radical outros acentuaram o tom apocalíptico à medida que, posteriormente, a televisão alargava uma putativa influência perniciosa, caso do austríaco Karl Pooper e do italiano Giovanni Sartori, e, na era digital, miramos um abismo inaudito de manipulações.

Inevitavelmente tudo o que gira na internet acaba por ter um impacto tangível e, compreensivelmente, Evgeni Prigojin criou, também, o Grupo Wagner, as hostes militares mercenárias ao serviço de Moscovo na Ucrânia e na Síria.

O Tullius Detritus do Kremlin semeia a cizânia e não dispensa a espada.

João Carlos Barradas
8 Agosto 2017

TUA VOZ MENTIROSA E CARA ENGANADORA

O furto de três cabeças de dinossauro em plástico com reforço de fibra de vidro passa por evento trivial na Austrália, sem consequência de maior e verdadeiro, por sinal, mas já a notícia da vandalização da sede da NASA, na noite de sexta-feira, veio a revelar-se falsa e a ameaçar violência.

Líderes da coligação National Super Alliance (NASA) que apoiam Raila Odinga na eleição contra o Presidente Uhuru Kenyatta denunciaram o ataque, depois retractaram-se e sobraram boatos e rumores num crescendo de virulência e inanidade até à abertura das urnas na terça-feira no Quênia.

Notícias falsas, deturpadas e tendenciosas nada têm de novo, mas a sua disseminação ampla e

instantânea gerou possibilidades de manipulação e desnorte que ainda mal começaram a fazer moossa.

Nos universos da guerra e embuste digitais, o arsenal capcioso está prestes a atingir um nível de letalidade sem paralelo no mundo de confronto e criminalidade convencionais.

A gravação e a duplicação de voz, gerando novas frases, débitos de som, amplitudes, timbres e entoações a partir de amostras reduzidas já tem aplicações comerciais e basta consultar, para dissipar dúvidas, uma das principais empresas do ramo: a israelita <https://www.vivotext.com/>.

Trabalhando a partir de amostras reduzidas de voz aplicações de software desenvolvidos por empresas como a chinesa BAIDU (<http://research.baidu.com/>), o Institut des Algorithmes d'Apprentissage de Montréal (<https://mila.umontreal.ca/>) ou o projecto (<http://www.speech.cs.cmu.edu/>) da Carnegie Mellon University, Pittsburgh, conseguem, por sua vez, em cerca de metade dos casos iludir a correcta identificação por seres humanos, obrigando ao recurso a análises electrónicas de frequências para detectar falsificação.

Marcas digitais para autenticar vozes e sons podem obviar a tentativas de intrusão em sistemas de segurança de autenticação sonora, mas também nesta área as garantias tradicionais de veracidade estão postas em causa.

Para criar imagens em movimento a partir de amostras reais, gerando novos gestos e vocalizações, testes realizados por equipas da Google (<https://research.google.com/teams/brain/>) levam a admitir, por seu turno, a possibilidade de em menos de uma década surgir tecnologia capaz de produzir falsificações credíveis.

Estes avanços criam uma situação em que além de passar pelo crivo as afirmações produzidas (sua coerência e consistência com padrões atestados, além da não contradição com factos apurados) é, ainda, necessário verificar sistematicamente a identidade real de quem se vê e ouve enunciar seja o que for.

Valha o exemplo simples da fotografia oficial de Emmanuel Macron tirada a 24 de Junho, e trabalhada em Photoshop entre as 13:00 horas de 26 e as 11:52 horas de dia 29 poucos minutos antes de ser colocada em linha no site oficial do Presidente. Os serviços do Eliseu ao esquecerem-se de obliterar os metadados facultaram, inadvertidamente, os elementos para identificar o local, a hora da fotografia e as alterações efectuadas.

A impossibilidade de identificar rapidamente uma falsificação torna difícil gerar em tempo último contra-informação credível e que tenha em conta igualmente o efeito de afunilamento ideológico que leva determinados grupos a aceitarem apenas informações que não contradigam ou reforcem seus preconceitos e valores.

No âmbito de defesa e segurança, ao avolumarem-se as dificuldades em identificar autores de falsificações capazes de provocarem danos gravosos a pessoas, bens, infra-estruturas, mais difícil se torna a retaliação e a capacidade de dissuasão.

A velha ordem da informação e a sua manipulação são um dinossauro decapitado à nossa frente em directo e com estrondo.

João Carlos Barradas

05.05.2017

<http://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/detalhe/tua-voz-mentirosa-e-cara-enganadora>
<http://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/detalhe/tua-voz-mentirosa-e-cara-enganadora>

Danish national first to be convicted under Malaysia's fake news law

KUALA LUMPUR April 30,2018

(Reuters) - A Malaysian court convicted a Danish citizen on Monday for inaccurate criticism of police on social media, the first person to be prosecuted under a new law against fake news.

Salah Salem Saleh Sulaiman, 46, was charged with spreading false news after he posted a video on YouTube accusing police of taking 50 minutes to respond to distress calls following the shooting of a Palestinian lecturer on April 21.

Police said they took eight minutes to respond to the shooting in the capital, Kuala Lumpur. The charge against Sulaiman said he had “with ill intent, published fake news through a video on YouTube”.

“I agreed I made a mistake ... I seriously apologize to everybody in Malaysia, not just in the Malaysian police,” said Sulaiman, a Danish citizen of Yemeni descent.

Malaysia is among the first few countries to legislate policing of fake news. Critics say the law is aimed at curbing dissent and free speech ahead of Malaysia’s May 9 general election. Offenders could be fined up to 500,000 ringgit (\$128,000) and face a maximum of six years in jail.

The judge fined Sulaiman 10,000 ringgit (\$2,552) but he opted to spend a month in jail because he could not pay.

Palestinian lecturer Faid al-Batsh was shot dead by two men on April 21. Police have yet to identify the suspects, but believe they are still in the country.

Malaysia’s inspector-general of police, Mohamad Fuzi Harun, said a day after the shooting that their records showed a distress call was received at 6:41 a.m. and a patrol car arrived at the scene eight minutes later.

The Anti-Fake News Act defines fake news as “news, information, data and reports which is or are wholly or partly false” and included features, visuals and audio recordings.

The law covers digital publications and social media and also applies to offenders outside Malaysia, including foreigners, if Malaysia or a Malaysian citizen are affected.

A Malaysian media company filed a suit seeking to declare the law unconstitutional.

Governments elsewhere in Southeast Asia, including Singapore and the Philippines, have also proposed laws aimed at clamping down on the spread of “fake news”, to the dismay of media rights advocates.

Reporting by Rozanna Latiff; Writing by Joseph Sipalan; Editing by Praveen Menon and Darren Schuettler

theguardian.com/world/2018/apr/30/egypt-crackdown-fake-weather-reports-meteorological-association

Rain of terror: Egypt to crack down on 'fake' weather reports
Ruth Michaelson in Cairo

Donald Trump may routinely rail against the “fake news media”, but Egypt is going one better by cracking down on “fake” weather reports.

The head of the Egyptian Meteorological Authority has said it is the only government body authorised to make predictions about the country’s weather, and is preparing a draft law to ban unauthorised forecasts.

Ahmed Abdel-Al, the EMA chairman, said during a television interview that the bill seeks to punish anyone “talking about meteorology, or anyone using a weather forecasting device without our consent, or anyone who raises confusion about the weather”. The EMA is Egypt’s primary, if not sole, source of domestic information on the country’s weather patterns.

Egypt’s media is under increasing pressure, with frequent accusations of fake news levelled at

reporters and outlets, even those reporting in favour of the state. But false reports about the weather are rare, except perhaps for the annual repetition of doctored photos showing snow covering the pyramids and sphinx of Giza.

Weather reports have occasionally become political, however, such as when Egypt's interior ministry claimed in 2015 that flooding in the coastal city of Alexandria was caused not by infrastructural failings, but by members of the banned Muslim Brotherhood blocking drains with cement.

Timothy Kaldas, of the Tahrir Institute for Middle East Policy thinktank, said: "Regardless of whether or not this proposed law affects anything, it reflects the government's view that it has a right to regulate any and all information, even information that should be a product of apolitical scientific analysis."

In March, Egypt's public prosecution office set up a hotline for citizens to report incidents of fake news in the media. The Egyptian parliament also approved an anti-cybercrime law, giving authorities the right to shut down or block any websites that "endanger" the Egyptian economy or national security.

Egypt has blocked at least 497 websites since May 2017, according to the Association of Freedom of Thought and Expression.

The country has experienced some unusual and extreme weather in recent weeks, including heavy rainfall and fierce sandstorms. Residents of New Cairo, one of the capital's wealthier suburbs, were sent into a panic after poor infrastructure coupled with heavy rain turned streets into rivers. Officials from Egypt's Administrative Control Authority were accused of being unprepared for the conditions, and were reportedly suspended and referred to public prosecutors.

<https://www.straitstimes.com/asia/se-asia/foreigner-to-be-first-person-charged-under-malaysias-new-anti-fake-news-law>

<https://www.reuters.com/article/us-malaysia-palestinian-fakenews/danish-national-first-to-be-convicted-under-malaysias-fake-news-law-idUSKBN111019>

O NEGÓCIO DOS JORNAIS

«Recebida a visita de Louis Guillaîne, redactor do Temps, que veio receber a importância de sete mil e duzentos francos com que o Governo Portuguez procura, nem sempre com êxito, merecer a sympathia d' este grave e considerado órgão dos republicanos moderados» – assim reza a entrada de 9 de Fevereiro de 1915 do “Diário” de João Chagas.

Vendia, então, cerca de 30 mil exemplares o periódico fundado em 1861 pelo jornalista liberal Auguste Nefftzer e, a despeito de certa venalidade, patente nos tratos do ministro plenipotenciário da República em Paris, era um produto típico dos anos de ouro da imprensa.

“Le Temps” finou-se no colaboracionismo da Ocupação nazi e na sua redacção da Rue des Italiens viria a surgir, em 1944, sob direcção de Hubert Beuve-Méry, “Le Monde”, um vespertino de centro-esquerda presentemente assolado por défices de circulação e receitas.

A publicidade já não é o que era

A corrupção na imprensa continua seus ínvios caminhos, mas o modelo de negócio mudou.

As receitas de vendas (92 mil milhões usd) ultrapassaram os proventos da publicidade (87 mil milhões usd) a nível global em 2014, segundo a “Associação Mundial de Jornais” (WAN-IFRA).

A mutação multimedia não obistou a que as edições/papel representassem 93% das receitas para

as empresas, sendo que as especificidades regionais e nacionais contam outra parte da história.

A publicidade aumentou apenas na América Latina (+4,86 %), Médio Oriente e África (+2,21%) - acompanhado acréscimos na circulação de 0,6% e 1,2%, respectivamente --, superados, contudo, pelo crescimento na Ásia (9,8% a par de uma perda de receita publicitária de 6,54%) devido à expansão do mercado na Índia.

Lá longe

“Hicky's Bengal Gazette” foi o primeiro jornal inglês a surgir em Calcutá, em 1780 – o projecto empresarial do “Diário de Notícias” arranca em Lisboa em 1864 –, seguindo-se publicações similares em bengali na segunda década do século XIX.

No Raj, tal como na China e Japão, a imprensa cedo se impôs, mas o incremento na alfabetização (12% no ano da independência, 1947, e 75% em 2011), o aumento de rendimentos e a urbanização fizeram disparar a venda de jornais em línguas locais (hindi, tamil, malaylam, gujarati, etc.).

A circulação de jornais em hindi ultrapassa os 250 milhões de exemplares, apesar do diário mais vendido ser o bengali “Ananda Bazar Patrika” (Calcutá, 1,178 milhões de cópias), seguido pelo “Hindustan Times” (inglês, Nova Deli, 1,018 milhões).

Baixos custos de produção e distribuição contribuem para a boa situação da imprensa na Índia que acompanha forte expansão na oferta de media electrónicos, televisivos e radiofónicos.

O Japão surge, por sua vez, como um caso de fidelização de consumidores por via de assinaturas e distribuição expedita em todo o arquipélago, mas a erosão provocada pela oferta digital aparenta ser inelutável.

O modelo falido

O modelo tradicional de jornal generalista surgido na Europa Ocidental e nos Estados Unidos no século XIX com equipa editorial e comercial próprias, assente em estruturas de produção e distribuição capazes de propiciar preços baixos (“penny press”) – caso do “New York Herald” que em 1860 batia todos os recordes vendendo 77 mil exemplares -- faliu por quebra de leitores e receita publicitária.

A tendência aponta para modelos comportando versões impressas e digitais, conforme exemplos da aquisição do “Financial Times” pela “Nikkei”, do “South China Morning Post” (Hong Kong) pela “Alibaba” de Jack Ma, (República Popular da China), pelo investimento de Jeff Bezos da “Amazon” no “Washington Post”, ou os “Instant Articles” do “Facebook” dirigidos para áreas linguísticas específicas.

A integração de jornais e revistas impressas em grupos de televisão, rádio, telecomunicações e indústrias de entretenimento, por seu turno, vem de longe, tal como a compra por parte de outros interesses empresariais.

Os conteúdos

Acompanhado a exploração de recursos publicitários digitais (em mutação devido à difusão de programas de bloqueio de anúncios) a novidade mais recente do investimento passa pela tentativa de substituir a autonomia editorial criativa (independentemente da orientação político-ideológica) pela subordinação a modelos de pretensa produção inodora, incolor e indiferenciada de «conteúdos».

Para potenciar uma marca e fidelizar consumidores são nulos, contraproducentes, «conteúdos» a baixo custo, sem valor noticioso, explicativo, educativo ou de entretenimento.

Difícilmente será viável a empresa que falhe a identificação do segmento de mercado visado pelo

jornal ou revista, ignore valores éticos num quadro de referência profissional capaz de garantir probidade, precisão e celeridade na difusão de notícias de interesse público, assegurando equilíbrio e diversidade de opinião qualificada.

O valor

Por prestígio, filantropia, interesse político ou económico, devoção ao bem público, desvario megalómano ou valorização de marca, nunca faltarão investidores em jornais, revistas e demais media.

O que mais falta são bons estrategos e gestores que saibam valorizar empresas, motivar jornalistas e demais profissionais dos media, para cativar leitores e anunciantes, sem perderem de vista o papel fulcral da discussão pública na vida democrática

João Carlos Barradas
Jornal de Negócios Dezembro, 2015

REFERÊNCIAS

"Data You Can Believe In. The Obama Campaign's Digital Masterminds Cash In", Jim Rutenberg, New York Times, 20 Junho 2013

Crónica Jornalística. Século XIX, Ernesto Rodrigues (org.), Círculo de Leitores, Lx., 2004.

Ébano, Ryszard Kapuscinski, Livros do Brasil, Lx., 2017

http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3370_pt.htm

<http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/2017%20IDE%20Research%20Brief%20False%20News.pdf>

<http://riowang.blogspot.pt/2011/10/soviet-cap.html>

<http://www.lefigaro.fr/politique/le-scan/2017/06/29/25001-20170629ARTFIG00211-l-histoire-secrete-d-une-photo-officielle.php>

http://www.lemonde.fr/sciences/article/2018/04/25/halte-aux-fake-news-genetiques_5290360_1650684.html

<http://www.niemanlab.org/2018/03/fear-surprise-and-disgust-why-fake-news-spreads-faster-than-real-news-on-twitter/>

http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_162_061519648848372.pdf

<http://www.richardwebster.net/johnryle.html>

<https://chinadigitaltimes.net/2018/04/minitruer-do-not-report-on-peking-university-open-letter/>

<https://facebook.tracking.exposed/>

<https://medium.com/@trackingexposed>

<https://myshadow.org/>

<https://www.hermescenter.org/home/about-mission/people/members/claudio-agosti/>

Ryszard Kapuściński: *A Life*, Artur Domosławski, Londres, 2012.

Halte aux « fake news » génétiques

TRIBUNE - Des chercheurs s'élèvent contre l'instrumentalisation pseudo-scientifique de données génétiques conduisant à déduire des différences psychologiques entre les êtres humains

En qualité de chercheurs en génétique, en neurobiologie, en études sociales ou philosophiques de ces disciplines, nous tenons à manifester notre inquiétude face au retour d'un discours pseudo-scientifique sujet à toutes sortes d'instrumentalisations : il existerait un « socle » génétique, important et quantifié, à l'origine de différences psychologiques entre les êtres humains, en particulier selon la classe sociale, les origines ou le sexe.

Ainsi, on peut lire que l'intelligence est aux deux tiers génétique, et que l'école doit utiliser au mieux ce tiers sur lequel elle peut jouer en focalisant ses efforts sur les « gamins pauvres ». Il est de même affirmé que la réussite scolaire est influencée par des facteurs génétiques à hauteur de 30 % à 50 %, à parts égales avec les facteurs familiaux et sociaux, et que les personnes les plus défavorisées socialement sont aussi les plus désavantagées génétiquement. Outre qu'il existerait une mesure valide de l'intelligence, et qu'on aurait montré que les enfants de milieux socialement défavorisés naissent en moyenne avec un « désavantage génétique », on laisse croire que l'influence du bagage génétique serait invariable. Les caractéristiques des personnes seraient déterminées par l'addition d'une « part génétique » et d'une « part environnementale ».

Ces invocations de pourcentages génétiques sont un usage dévoyé de la notion scientifique d'héritabilité. L'héritabilité d'un trait (exemple : la performance à un test de QI) est le résultat d'un calcul statistique, fait sur une population donnée, visant à répondre à la question suivante : quelle est la part de la variabilité du trait dont la variabilité

génétique peut rendre compte ? Outre que la méthodologie de l'étude et le choix du modèle statistique peuvent avoir un impact considérable sur le résultat du calcul, il est important de comprendre deux aspects essentiels de cette notion d'héritabilité.

D'une part, l'héritabilité dépend à la fois des variations génétiques et des variations environnementales présentes dans la population étudiée. En particulier, elle peut varier de 0 % à 100 % selon les conditions d'environnement. D'autre part, le fait que la variabilité génétique puisse rendre compte de x % de la variabilité d'un trait ne signifie pas qu'elle en est la cause biologique. Par exemple, si une variante génétique favorise le développement d'une apparence physique culturellement stigmatisée, elle pourra avoir un effet négatif sur une mesure de la réussite sociale sans pourtant être en soi une prédisposition biologique à moins bien réussir.

Sur la question des différences femmes-hommes, d'autres types de pourcentages génétiques fallacieux sont mobilisés. Il est ainsi affirmé qu'en matière d'ADN, la ressemblance entre un homme et une femme n'est que de 98,5 %, du même ordre de grandeur qu'entre un humain et un chimpanzé, en ajoutant gratuitement que cela se manifeste par des différences psychologiques. On nous dit aussi que 23 % des gènes du chromosome X s'expriment en double dose chez les femmes, ou encore que la différence femmes-hommes d'ADN va aboutir à des différences encore plus importantes en termes d'expression de gènes, puisque à peu près 40 % des gènes sont différenciellement exprimés, et c'est ce qu'on retrouve aussi

**LA RECHERCHE
N'A PAS PU À CE JOUR
IDENTIFIER
DE VARIANTES
GÉNÉTIQUES AYANT
INDUBITABLEMENT
POUR EFFET DE CRÉER
DES DIFFÉRENCES
COGNITIVES OU
COMPORTEMENTALES**

entre le chimpanzé et l'homme, et en particulier dans le cerveau.

Le problème n'est pas seulement que ces chiffres sont discutables, voire pour certains clairement démentis par la recherche. On laisse croire qu'ils traduisent une chaîne causale purement biologique conduisant de la différence de bagage génétique à des différences psychologiques d'ampleur considérable. De tels raccourcis ne peuvent être faits, sachant que l'environnement influe sur l'expression des gènes, qu'un grand nombre de gènes peuvent s'exprimer différemment sans pour autant que l'ampleur de leur différence d'expression soit conséquente, et que les effets biologiques des différences d'expression de plusieurs gènes peuvent se compenser mutuellement. De fait, les différences cérébrales et cognitives humains-chimpanzés sont incommensurables aux différences femmes-hommes.

En fait, hormis les effets délétères de certaines anomalies génétiques, la recherche n'a pas pu à ce jour identifier

chez l'humain de variantes génétiques ayant indubitablement pour effet de créer, via une chaîne de causalité strictement biologique, des différences cérébrales se traduisant par des différences cognitives ou comportementales.

Ces usages trompeurs de « quantifications génétiques » sont graves, s'agissant de sujets à forts enjeux politiques. Lorsqu'ils sont le fait de scientifiques prétendant exprimer l'état des savoirs en génétique ou en neurosciences, il s'agit à nos yeux d'un manquement caractérisé à l'éthique scientifique. ■

Par **Henri Atlan**, biologie et philosophie de la biologie, CHU Hadassah, Ehess ; **Luc Berlivet**, sciences politiques, CNRS ; **Catherine Bourgain**, génétique humaine, Inserm ; **Emmanuelle Bouzigon**, génétique humaine, Inserm ; **Philippe Broët**, génétique humaine, université Paris-Sud ; **Patrick Calvas**, génétique médicale, CHU de Toulouse ; **Françoise Clerget-Darpoux**, génétique humaine, Inserm ; **Pierre Darlu**, génétique humaine, CNRS ; **Marc Fellous**, génétique humaine, université Paris-Diderot ; **Odile Fillod**, sociologie des sciences biomédicales ; **Emmanuelle Genin**, génétique humaine, Inserm ; **François Gonon**, neurobiologie, CNRS ; **Pierre-Antoine Gouraud**, génétique humaine, université de Nantes ; **André Langaney**, génétique humaine, MNHN ; **Anne-Louise Leutenegger**, génétique humaine, Inserm ; **Hervé Perdry**, génétique humaine, université Paris-Sud ; **Audrey Sabbagh**, génétique humaine, université Paris-Descartes ; **Jean-Louis Serre**, génétique, université Versailles-Saint-Quentin ; **Jacques Testart**, biologie, Inserm ; **Catherine Vidal**, neurobiologie, Institut Pasteur.

Le supplément « Science & médecine » publie chaque semaine une tribune libre. Si vous souhaitez soumettre un texte, prière de l'adresser à sciences@lemonde.fr

COLLECTION GÉNIES DES MATHÉMATIQUES

**Bernoulli,
tête de série**

