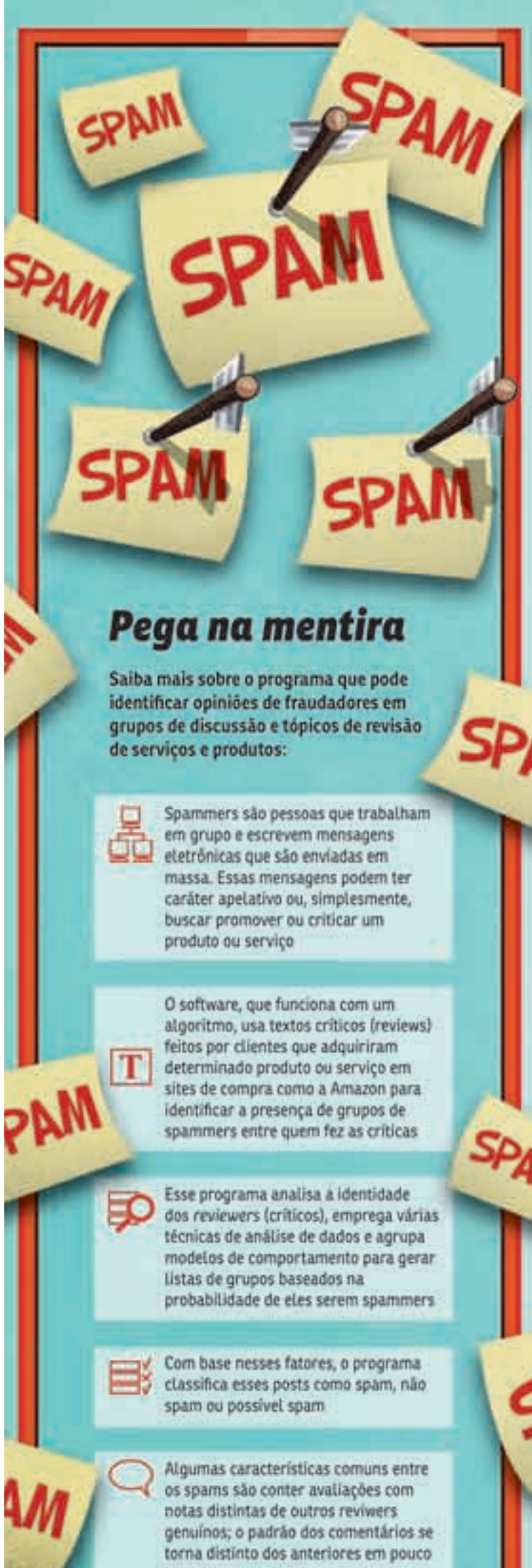
Editora: Ana Paula Macedo
anapaula.df@dabr.com.br
3214-1195 • 3214-1172 / fax: 3214-1155

O caça-spammers

Pesquisadores da Universidade de Illinois, em parceria com o Google, criam software capaz de identificar as mensagens postadas em série nos espaços de comentários de sites. O programa ajudará os responsáveis pelas páginas a encontrar e deletar os textos enganosos



» THAIS DE LUNA

Imagine comprar um produto pela internet influenciado por milhares de comentários positivos postados em fóruns e, ao receber o item em casa, descobrir que não é nada do que imaginou. Frustrado, você pode se perguntar por que tantas pessoas elogiaram a mercadoria. E a resposta pode ser: os comentários não eram sinceros, mas obra de grupos de spammers, indivíduos que enviam mensagens eletrônicas em massa e que poluem o fluxo de informações reais na web.

Há companhias que recorrem a essa medida quando veem que seus produtos estão sendo demasiadamente criticados e querem reverter a situação. Estratégia semelhante é lançada também para prejudicar uma marca concorrente, nesse caso, com críticas negativas. O resultado, porém, é sempre o mesmo: os spammers, com suas mensagens falsas, promovem ideias enganosas. Para reduzir esse problema, engenheiros de computação da Universidade de Illinois, em Chicago (EUA), em parceria com o Google, desenvolveram um programa com algoritmo capaz de identificar os tópicos de revisão que contêm opiniões de grupos de fraudadores. Ao identificar os spammers, o software facilita a ação dos moderadores, que podem remover os comentários impróprios.

O algoritmo presente no programa usa os comentários em páginas de compras, como eBay e Amazon, para detectar a ação de equipes que tentam promover ou rebaixar determinados produtos. "O software pega a identidade de quem escreve os textos críticos (os reviewers), emprega diversas técnicas de análise de dados e agrupa modelos de comportamento para gerar uma lista de grupos baseada na probabilidade de eles estarem fazendo spam", descreve Arjun Mukherjee, principal autor do trabalho, apresentado na conferência World Wide Web 2012, em Lyon, na França.

Especialista em ciência da computação, Mukherjee garante que sua pesquisa foi a primeira na comunidade acadêmica a focar os spams postados nas áreas de comentários dos sites. "Abordamos o problema em 2008, mas tratamos cada texto individualmente. Desde então, trabalhamos em diversos aspectos, como modelos de avaliação, regras inesperadas e gráficos de abordagens", detalha. Segundo ele, a ação dos grupos de spammers é muito mais prejudicial do que a de um indivíduo que posta diversos comentários ofensivos, pois eles têm mais mão de obra.

Gabriel Guerra, especialista da área de planejamento da empresa de marketing digital Agência Pulse, no Rio de Janeiro, explica que corporações concorrentes recorrem a esses grupos porque o investimento é baixo, mas os resultados podem ser impactantes. "O processo, na maioria das vezes, é automatizado, feito por programas de computador. Mas, quando descoberta a farsa, os gestores não têm consciência dos impactos negativos que essa ação causa sobre a imagem da própria companhia que optou pela prática do spam", afirma. A manipulação da informação nessas páginas, no entanto, nem sempre é culpa de fraudes. Há moderadores que não publicam reviews com opiniões negativas, o que acaba com a fidedignidade das ideias dos clientes.

Entre as características que tornam diferente uma crítica genuína da feita por um spammer está a classificação dada ao produto por cada indivíduo. "A dos fraudadores é extremamente distinta dos outros usuários, o que indica necessidade de alerta", diz Mukherjee. "Os spammers também postam um em seguida do outro, com pouco espaço de tempo, para causar mais impacto", acrescenta. A linguagem desses indivíduos que escrevem reviews falsos é muito similar entre si, fator que é facilmente identificado pelo software.

"Moedas virtuais"

A ideia de desenvolver um programa que abordasse a questão dos comentários e spams surgiu porque, segundo Mukherjee, esses reviews são "moedas virtuais". "Quase todo mundo se baseia nessas críticas para comprar produtos, reservar hotéis etc. Contudo, é muito fácil burlar o sistema de textos opinativos e manipular o sentimento de consumidores em relação a uma determinada entidade", adverte. O especialista em marketing digital Daniel Braga, da agência Estratégia Digital, em São Paulo, concorda com o pesquisador. "Comentários favoráveis em sites, blogs ou redes sociais são verdadeiros depoimentos de satisfação. Fora o fato de que as pessoas que não são clientes farão buscas sobre o produto antes da compra, principalmente para averiguar se existe qualquer tipo de reclamação sobre ele. Como a internet é um dos principais meios de pesquisa de hoje em dia, ter depoimentos favoráveis auxilia na boa imagem da companhia", explica.

Recorrer a spammers, então, é uma prática que visa à construção imediata da imagem de uma marca. "As empresas que usam essa tática apelativa acreditam que os comentários falsos não serão detectados e que construirão uma imagem positiva sobre o produto ou o serviço rapidamente. Na verdade, porém, é uma técnica falha, que pode ser percebida por profissionais ou curiosos da web", assegura Braga. Se a ação é descoberta, porém, quem dispôs dos spammers para se beneficiar perde a credibilidade. "Do ponto de vista da comunicação, basta apenas um deslize para desfazer um esforço de anos de construção de uma boa imagem", ressalta o especialista em planejamento.

Por isso, um programa como o da equipe da Universidade de Illinois é muito relevante para o momento em que a internet é um dos principais veículos para as pessoas manifestarem sua opinião e influenciarem outras pessoas. "Com um software assim, podemos validar com maiores chances de acerto se os comentários são verdadeiros ou não, o que fortalece o uso do sistema de reviews para incentivar as comprar online", diz Guerra. Nesse sentido, o mercado e as empresas honestas saem ganhando, já que as ações desleais podem ser prevenidas pelos moderadores das páginas.

Para saber mais

Origem em 1994

A data "oficial" do surgimento do spam é 5 de março de 1994, dia em que dois advogados postaram uma mensagem para um grupo de discussão da Usenet sobre uma loteria de Green Cards para os Estados Unidos. O envio da propaganda para um fórum que não tinha nada a ver com o assunto revoltou os assinantes do grupo. Ainda assim, os advogados continuaram enviando a mesma mensagem para outros grupos de discussão, com a ajuda de um programa que automatizava essa ação. O grande número de textos postados sobre o tema comprometeu o desempenho da rede, efeito colateral comum dos spams. O nome para essa propaganda inconveniente surgiu durante debates sobre o ocorrido. Um dos integrantes dos fóruns comentou uma cena do programa de televisão inglês Monty Python na qual vikings, que agiam de modo desagradável, falavam diversas vezes a palavra "spam" em uma lanchonete, em referência ao presunto enlatado vendido nos EUA. O termo acabou se popularizando.

Fonte: Site *antispam.br*.

www.correiobraziliense.com.br
Leia a Cartilha de segurança para internet, feita pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil.