

“Fake news não são um erro digital; são uma falha ético-moral”:

Entrevista com André Lemos

"Fake news is not a digital error; it's an ethical-moral failure":

Interview with André Lemos

Arthur Freire Simões Pires

Doutorando e Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

PUC-RS, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Porto Alegre (RS), Brasil.

Soraya Damasio Bertoncello

Doutoranda e Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

PUC-RS, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Porto Alegre (RS), Brasil.

O paradigma dos dispositivos tecnológicos contemporâneos é definido, sobretudo, pelo seu caráter ubíquo (PELLANDA et al., 2013). A popularização dos dispositivos inteligentes, como smartphones, notebooks, *smartwatches* e *tablets*, faz com que as máquinas sejam cada vez mais extensões dos seres humanos, constantemente conectados, permanentemente online, em um mundo que não é mais dividido entre o físico e o digital. À medida que as informações de indivíduos e organizações passaram a ser vinculadas a contas de e-mail, sistemas bancários digitais e serviços de hospedagem de arquivos, a divisão deixou de existir. A dependência das mídias, portanto, para acessar dados armazenados no mundo virtual,

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed48.2022.309>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 22, Nº 48, p.145-151, set./dez. 2022

é uma das consequências do paradigma tecnológico — pois, em suma, o acesso ainda requer mediação, papel primordial de um meio.

Robert Logan (2019) argumentou que, à medida que a ambivalência entre os universos digital e analógico aumentava, a humanidade se voltava para bancos de dados virtuais, acumulando suas informações nesses serviços. Em outras palavras, os dados pessoais migraram em sua maioria para o zelo das empresas online. Com o maior investimento e a ascensão de empresas dedicadas ao digital, a cultura humana aceitou os prós engendrados no que se tornaria o novo paradigma, principalmente por aproveitar de perenidade, segurança personalizada e facilidade de acesso. Uma vez que os dados pessoais têm tanta relevância, o conteúdo torna-se, em grande parte, o próprio usuário. Hoje, são comuns os anúncios direcionados por algoritmos, e a informação vira moeda de troca. As corporações têm conhecimento outrora secreto sobre os indivíduos, e a lógica da privacidade muda de tom, tal qual argumentado por Shoshana Zuboff em *A era do Capitalismo de Vigilância* (2020). O paradigma tecnológico não se restringe à esfera individual: sem os devidos investimentos em tecnologia, um Estado há de se tornar refém de outro, em uma nova roupagem.

Dentro deste contexto dinâmico e aparentemente incontornável, entrevistamos o pesquisador e professor titular da Universidade Federal da Bahia André Lemos, um dos mais sobressalentes nomes nos estudos de cibercultura no campo da Comunicação. Atualmente trabalhando em sua pesquisa de pós-doutorado no programa de Tecnologias da Inteligência e Design Digital da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (TIDD/PUCSP), Lemos joga luz sobre algumas das problemáticas engendradas no debate sobre possibilidades e limites de um mundo mediado e sob constante vigilância dos dispositivos digitais.

Os dados pessoais deixaram de ser um tipo de informação e passaram, também, a ser um tipo de moeda. Em outras palavras, nós não podemos navegar livremente sem, em maior ou menor grau, ceder alguns de nossos dados. Considerando, então, essa conjuntura, como o professor avalia a questão da privacidade?

Eu acho que as questões centrais hoje da cultura digital estão vinculadas a essa discussão sobre privacidade e vigilância. Hoje, toda ação das plataformas e dos sistemas de algoritmos e de Inteligência Artificial funciona baseada nos dados que eles recolhem das nossas atividades. Se, no primeiro momento, nós vivenciamos a digitalização da informação, ou seja, transformar uma informação analógica – como de

um livro em papel para um livro eletrônico –, hoje estamos em um regime de dataficação (alguns chamam de datificação), que é justamente pegar todas as nossas intenções, ações e estímulos e transformar isso em dados para alimentar esses sistemas. Logo, a ameaça à privacidade é algo constante e aumenta a cada dia, por isso precisamos ter meios jurídicos e técnicos para nos proteger. Atualmente, no Brasil, nós temos uma lei que nos protege — que é a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) —, que começa a entrar em vigor e que precisa ser efetivamente colocada em marcha para que seja garantida essa segurança sobre nossa vida privada. Porque o tempo inteiro as formas de ameaça à extração dos nossos dados para uso nos mais diversos sistemas são gigantescas.

Como este contexto de capitalismo de dataficação ou de vigilância ameaça a soberania dos povos e o futuro da internet? Seria possível, em algum ponto, restaurar aqueles ideais emancipadores dos princípios da internet e da cibercultura?

Na realidade, eu acho que tudo desviou a partir do momento em que essas tecnologias puderam extrair dados. Os sistemas algorítmicos ficaram mais inteligentes para produzir inferências sobre nossa vida, sobre o que nós queremos fazer, sobre nossos desejos... Então, no começo, nós tivemos uma abertura geral, nos anos 1990, quando a internet começa a decolar, uma abertura de possibilidades, de busca de informação, de acesso à informação e de produção da informação. Depois, o que aconteceu foi que começou a existir a possibilidade de customizar a informação. Então, quando nós buscávamos em uma máquina de busca, os sistemas apresentavam as informações que tinham disponíveis — e o Google sai na frente quando começa a focar aquilo que ele vai te entregar de acordo com seus dados: se você está em Porto Alegre, se sua máquina é essa, se você escreve em português e digita “café”, o Google vai te dar uma cafeteria próxima. Esse sistema é muito prático, mas, por outro lado, ele vai gerar essa busca de informação pessoal e de coleta de dados para produzir um serviço direto. Em relação à soberania, resgatá-la é a luta política da atualidade. Como nós iremos frear o sistema de recomendação, formas de agência algorítmica, garantir a proteção da privacidade...? A questão da soberania é fundamental hoje porque nós somos grandes usuários de redes sociais e de internet no Brasil, e nós somos fornecedores de dados. As grandes empresas estão na Europa, nos Estados Unidos e na China, e há uma migração de dados do que se chama hoje de sul global para o norte global. Essa é uma nova forma de dependência. Nós temos sistemas absolutamente inacreditáveis que coletam dados brasileiros processados no exterior para, só depois, devolver os dados para o Brasil, quando nós poderíamos tentar utilizar sistemas brasileiros ou desenvolver

uma inteligência algorítmica nacional. Então, esses temas (da soberania digital, do capitalismo de vigilância, da privacidade) estão entrelaçados. É interessante que nós estamos hoje em uma corrida política, mas essas pautas não aparecem. Nós estamos envolvidos em um nível de debate político tão rasteiro que exigir esse nível de questionamento chega a ser injusto. Circularam recentemente dois documentos, eu assinei os dois, sobre cooperativismo de plataformas e um sobre soberania de dados também, para que o Brasil possa pensar em uma forma de desenvolver políticas para garantir um pouco mais de proteção para o país e para as pessoas.

Nas eleições que sagraram as vitórias de Donald Trump, nos Estados Unidos, e Jair Bolsonaro, no Brasil, dentre outras, foi evidenciada uma brecha tecnológica na qual as *fake news* e as teorias da conspiração invadiram o debate público e afetaram diretamente o resultado do pleito. Como é que a sociedade pode se precaver para subversões do uso da tecnologia, mesmo antes de elas acontecerem?

É difícil fazer isso. Na verdade, estamos aprendendo um pouco. Nós soubemos como a desinformação foi importante na eleição do Trump e na eleição do Bolsonaro. Então, o que nós temos feito é aprender com essa história e desenvolver alguns mecanismos. Eu tenho falado sobre erro digital e, por exemplo, *fake news* não são um erro digital, mas falhas do sistema. Não são um erro porque as empresas ganham muito dinheiro, o algoritmo funciona bem com *fake news*. Quanto mais circularem nas plataformas, melhor para elas. Logo, em termos algorítmicos, não há erro algum, mas são uma falha ético-moral, porque a desinformação mina a esfera pública. O que devemos fazer? Primeiro, informar as pessoas. Acredito que já estamos um pouco mais conscientes do problema da desinformação, as pessoas estão um pouco mais atentas, sabem que uma informação que recebem não é necessariamente verdadeira. O segundo movimento é uma ação jurídica. Tem que haver ações jurídicas. Elas não vão resolver os problemas sozinhas; no entanto, tem que existir punição para que essas plataformas façam alguma coisa sobre essas questões. Elas estão fazendo. Como não era um erro algorítmico, as plataformas se eximiam por se autodeclararem um canal que não controlam conteúdo. Depois de pressão social e jurídica, veio o reconhecimento de que elas constituem uma esfera pública, os debates passam por ali, e, por isso, as plataformas precisam ter responsabilidade sobre isso. Então já há uma ação, não só jurídica, mas técnica também. Muitas plataformas começaram a avisar: “se você quer informação sobre isso, checa aquela fonte”, “você vai passar essa informação antes de ler, com tanta rapidez?”... No entanto, o sistema de desinformação é um fenômeno menos racional e mais tribal. Não há um cidadão racional que recebe a

informação, reflete e checa. Não funciona dessa maneira. Em geral, pensa-se assim: “Se essa pessoa pensa como eu, está no WhatsApp da família ou dos amigos, se eu penso assim, isso só pode ser verdadeiro”. Há uma adesão a um apelo religioso, mítico, a um ídolo, de uma tribo. Isso sempre aconteceu na política, mas, com essas plataformas, o risco de aumentar é enorme; mas acredito que estamos um pouco mais atentos. As pessoas sabem mais, as mídias (televisão, jornais) falam sobre isso, e já existem mecanismos técnicos e jurídicos importantes que permitem uma certa contenção.

Existe uma noção de que as máquinas não erram, quem erra são os seres humanos. O que seriam, então, os erros digitais ou, se existe, o erro digital?

As máquinas erram, obviamente. Quando comecei a pesquisar isso, deparei-me com *fake news*, desinformação, spam (que é o e-mail não solicitado), vírus de computador, ou quando o algoritmo erra com enviesamento de gênero, de raça, de etnia. Em um primeiro momento, há de pensar que há erro aí, mas, em termos algorítmicos, não tem erro algum, pois eles estão dentro dos próprios princípios lógicos. Tem algo disruptivo nisso, algo que não está certo. Este fator disruptivo é de ordem ético-moral e social, não está interno ao algoritmo. Claro, pode haver um equívoco algorítmico, alguém pode escrever um código errado; neste caso, seria um erro mais grosseiro. No entanto, um *spam* não é erro, porque, se o programa quer atingir múltiplos recipientes sem que as pessoas sejam avisadas e, de fato, ele faz isso, ele funciona bem. Um vírus que é feito para destruir seu HD [*hard drive*] é ruim, mas ele foi feito para essa finalidade e faz bem, não há erro no código. *Fake news*, desinformações que vão fazer com que as pessoas fiquem postando e clicando em coisas nas redes sociais, mesmo que elas sejam falsas, também não são um erro, pois funcionam dentro da “gramática” das plataformas. Se não são erro, o que é isso? A partir de alguns autores, eu comecei a pensar em uma separação que permite trabalhar com o tema que é: entender o erro como um princípio lógico e interno, e a falha como um contexto ético-valorativo social.

Então, embora *fake news*, spam e vírus não sejam erros, são falhas. Estas falhas são uma dimensão ético-valorativa que nós julgamos que há algo errado e que precisamos agir ali. Por isso, alguns autores dizem que o algoritmo não erra, pois ele cumpre as tarefas que está programado para fazer, mas pode haver falhas *sem que* existam erros; pode haver falhas *a partir* dos erros. O que mais nos choca hoje são falhas, perturbações, sem que elas necessariamente sejam erros. Os livros principais que falam sobre racismo algorítmico, problema de gênero, imposição de sexualidade binária, preconceito étnico... tudo

isso, em termos estritos do algoritmo, não são tanto erros, mas falhas, e essas falhas precisam ser enfrentada a partir de enfrentamentos ético-valorativos.

Precisamos de reconhecimento facial em todas as áreas da vida social? Precisamos de sistemas algorítmicos para todas os domínios? Devemos pensar melhor sobre os problemas e os impactos que estas construções produzem, pois o algorítmico é uma transformação de um mundo imponderável e indiscernível, em um resultado único e performativo. Ele parte de múltiplas incertezas, mas o algoritmo tem que dar um resultado. Nós temos que estar sempre nessa tensão, posicionando sempre essa questão entre um resultado que tomamos como a verdade “porque o algoritmo fez, porque é matemática, porque é técnica”, quando, na realidade, ele é baseado em múltiplas incertezas e inseguranças que ele tem que deixar para o lado para acertar.

Uma autora que gosto muito, Louise Amoore (2020), escreveu um livro chamado *Cloud Ethics*, no qual ela aponta estas questões: uma delas é a do reconhecimento facial para monitorar e capturar supostos terroristas em aeroportos. Não existe nenhuma teoria da neurociência, da psicologia que afirme que uma determinada expressão facial possa, universalmente, indicar que a pessoa está com medo, raiva, que vai atacar, que está feliz ou está triste. No entanto, os sistemas esquecem um pouco isso e tentam fazer um novo sistema que possa cruzar com outros estereótipos e identificar que tal pessoa, com tal expressão facial, possa ser um provável terrorista. Então, o sistema vai errar e vai acertar. Acertando pouco e errando, o pouco acerto vai ser concebido como algo interessante, pois vai ajudar a impedir que “um provável terrorista” entre no país. Não existe essa certeza, mas o algoritmo tem que trabalhar com as incertezas para produzir resultado, senão ele não serve para nada. Temos que estar sempre entendendo que esse dispositivo é um objeto ético-politicamente complicado.

Arthur Freire Simões Pires

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4596-6306>

PUC-RS, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Porto Alegre (RS), Brasil

Mestre em Comunicação Social pela PUC-RS

E-mail: grohsarthur@gmail.com

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed48.2022.309>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 22, Nº 48, p.145-151, set./dez. 2022

Soraya Damasio Bertoncello

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1980-299X>

PUC-RS, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Porto Alegre (RS), Brasil

Mestre em Comunicação Social pela PUC-RS

E-mail: soraya.soraya@gmail.com

Recebido em: 11 de outubro de 2022.

Aprovado em: 25 de outubro de 2022.

Referências:

AMOORE, Louise. **Cloud Ethics**: algorithms and the attributes of ourselves and others. Durham: Duke University Press, 2020.

LOGAN, Robert. Understanding Humans: The Extensions of Digital Media. **Information** (MDPI), v. 10, n. 10, 2019. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2078-2489/10/10/304>.
<https://doi.org/10.3390/info10100304>

PELLANDA *et al*, Eduardo; Araujo, Ed Wilson; Reino, Lucas; Gehlen, Marco Antônio; Bueno, Thaísa. Entrevista com Eduardo Pellanda: a era da ubiquidade. *Cambiassu: Estudos em Comunicação (UFMA)*, v. 19, n. 13, p. 133-140, 2013.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC 4.0), que permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho para fins não comerciais, e embora os novos trabalhos tenham de lhe atribuir o devido crédito e não possam ser usados para fins comerciais, os usuários não têm de licenciar esses trabalhos derivados sob os mesmos termos.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed48.2022.309>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 22, Nº 48, p.145-151, set./dez. 2022