



## **GESTÃO ÉTICA DO USO DOS ALGORITMOS PELAS REDES SOCIAIS**

**Kethly Garcia**

*kethly.garcia@uscsonline.com.br*

**Regina Rossetti**

*regina.rossetti@online.uscs.edu.br*

**Palavras-chave:** Ética. Algoritmos. Redes Sociais. Comunicação de Interesse Público.

## 1. INTRODUÇÃO

Este estudo trata da gestão ética do uso dos algoritmos pelas redes sociais. Algoritmo pode ser definido como uma sequência lógica de ações que visam resolver problemas. Embora o conceito de algoritmo anteceda a sua aplicação na internet, é nesse espaço que seu uso toma proporções consideráveis, pois auxiliam no gerenciamento da imensa quantidade de dados circulantes que surgiram com o advento da sociedade da informação. Dados pessoais, dados de navegação de usuários, registros sobre conhecimentos diversos, sobre interesses coletivos e individuais, entre outros, são acumulados diariamente, fenômeno que é conceituado como *Big Data*.

Seria impossível que todos esses dados fossem gerenciados pela ação humana ou por softwares simples, e para isso, os algoritmos são recursos facilitadores, concebidos e programados de forma lógica, em linguagem computacional, com o intuito de facilitar processos e análises de dados. Um dos tipos de algoritmos que se destacam nesse panorama são os algoritmos de aprendizagem, também definidos pelo conceito de *machine learning*. Esses algoritmos extraem padrões de entradas e saídas de dados, fazem correlações entre eles e estabelecem lógicas por si. Dessa forma, a inteligência artificial é capaz de aprender de forma autônoma. No entanto, quando falamos de algoritmos de aprendizagem e aprendizagem autônoma, a intervenção e acompanhamento de seres humanos geralmente não ocorre nesse processo e por isso não é possível ter certeza de seus caminhos e direcionamentos, sendo suscetíveis a imprevisibilidade e falhas. Lidar com a imensa quantidade de dados para gerar operações e resultados exatos não é uma tarefa simples e podem ocorrer erros nas conclusões (MITTELSTADT et. al, 2016).

Nas redes sociais, ambientes que fazem parte do dia a dia da maioria da população e que são usadas para diversas atividades, que vão dos relacionamentos e entretenimento ao oferecimento de serviços e compartilhamento de opiniões, muitas experiências negativas relacionadas ao direcionamento de conteúdo pelos algoritmos são relatadas. Seja no famoso caso da empresa Cambridge Analytica, que usou algoritmos para traçar perfis psicológicos e persuadir o posicionamento político de cidadãos com informações selecionadas, ou nos casos em que os usuários são inseridos dentro de redomas

de conhecimento condizentes com alguns interesses e se tornam alienados de outras visões de mundo, conceito também chamado de *filter bubble*, inicialmente cunhado por Eli Pariser em livro de mesmo nome (SANTAELLA, 2018) ou até casos em que tomadas de decisão se mostram absortas em valores, as redes sociais e a necessidade de uma gestão ética dos algoritmos têm sido ponto de discussão.

A reflexão ética se faz necessária quando racismo, sexismo, noções diversas sobre meritocracia, visões estereotipadas, entre outras estão entre os valores impressos na concepção dos algoritmos e que reverberam durante sua aprendizagem autônoma (NOBLE, 2018). Essas questões podem ser responsáveis por alimentar ideologias. Conforme Arendt (2012), o totalitarismo se manifesta de fato através de movimentos, porém não se pode esquecer que todas ideologias contêm elementos totalitários.

### **1.1 Pergunta Problema e Objetivos**

Quando humanos desempenham funções sociais, são responsabilizados pelos seus desdobramentos. Quando falamos de algoritmos de inteligência artificial, quem se responsabiliza pelas suas conexões estabelecidas e tomadas de decisão? Aos sistemas e algoritmos de inteligência artificial, discute-se a atribuição de um *status* moral principalmente no que diz respeito à sapiência enquanto definição de seres responsáveis e conscientes sobre suas ações (BOSTROM e YUDKOWSKY, 2011).

Torna-se então, necessário compreender como essas interações se dão no ambiente virtual, mais especificamente nas redes sociais, foco desse estudo, e analisar seus efeitos e problemáticas, assim como, prever uma gestão ética dos algoritmos pelas redes sociais.

Nesse sentido, com essa pesquisa, busca-se responder à seguinte questão: como a comunicação de interesse público pode contribuir para a gestão ética do uso de algoritmos pelas redes sociais?

Como objetivo principal, procura-se identificar como a comunicação de interesse público pode contribuir para a gestão ética dos algoritmos pelas redes sociais, visando apontar as principais dificuldades nesse aspecto, com o intuito

de formular melhorias para os problemas identificados e identificar procedimentos práticos para a superação dessas questões.

## **1.2 Justificativa**

Os algoritmos são elementos úteis e facilitadores na sociedade da informação e são indispensáveis para gestão de dados e programação de ações na esfera tecnológica. Diversos setores, dentro dos mais variados propósitos, sejam eles comerciais, de estratégia, setores da área afetiva ou de segurança, utilizam-se do fluxo de informações circulantes para monitoramento de perfis (BRUNO, 2013). Mais do que traçar e identificar nossa personalidade, os algoritmos hoje têm o papel de sugerir influências. Deve-se considerar que toda influência está sujeita aos filtros psicológicos individuais, porém são as decisões automatizadas que muitas vezes nos direcionam a determinados produtos, a determinados conhecimentos e a determinadas ações.

Sistemas de recomendação fornecem aos usuários informações sobre quando e como fazer algo, o que comprar, qual caminho seguir e com quem conversar (VRIES *apud* MITTELSTADT et. al, 2016). É de interesse das empresas que as pessoas se mantenham cada vez mais conectadas e dependentes de suas plataformas, produtos e serviços e para isso utilizam-se estratégias baseadas na atuação dos algoritmos.

A tendência é que processos automatizados tenham um espaço cada vez maior na sociedade e devido ao aumento de relatos do uso indevido dos algoritmos pelas redes sociais, é indispensável, portanto, que ocorram melhorias na gestão desses recursos. A aplicação prática de uma gestão ética dos algoritmos permite que os usuários tenham seus dados tratados e gerenciados de forma mais responsável e sensível, diminuindo assim os riscos e falhas na tomada de decisões virtuais e um alcance livre de discriminações, trazendo melhorias para a sociedade através da comunicação de interesse público.

Entende-se como comunicação de interesse público, toda informação que beneficie diretamente a sociedade, gerando resultados que permitam compreender e vivenciar o mundo de uma maneira melhor, podendo ser realizada pelas esferas privadas, públicas e individuais (COSTA, 2006).

Por esse motivo, é importante criar planos de comunicação e ação para que essas questões éticas sejam consideradas pelos usuários das plataformas de comunicação e serviços e também pelos profissionais da área da tecnologia, ligados diretamente a formação de equipes atuantes na concepção e aplicação de algoritmos, assim como, para a sociedade em geral que está subordinada a esses mecanismos.

## **2. METODOLOGIA**

Essa pesquisa é de natureza qualitativa, em nível exploratório por meio de pesquisa bibliográfica sobre as lacunas éticas do uso de algoritmos na internet, com foco nas redes sociais, identificando as principais dificuldades e impasses do tema.

## **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Pretende-se produzir conhecimento sobre os principais problemas identificados na gestão dos algoritmos pelas redes sociais, considerando suas implicações éticas e juntamente a isso propor soluções práticas inovadoras para esses problemas através da comunicação de interesse público.

A pesquisa está em fase de desenvolvimento e busca contribuir com soluções para problemas que possuem impactos sociais reais. Essa contribuição se dará por meio de sugestões que se tornarão acessíveis pela comunicação de interesse público (CIP), que tem como objetivo o bem coletivo e social. É previsto que existam conflitos de ideias entre a CIP entre os interesses privados, a visão mercantil e crenças enraizadas.

Embora a pesquisa possua um viés crítico, considera-se que os comportamentos humanos dentro das redes sociais também servem como incentivo para determinados comportamentos dos algoritmos e vice e versa, em um ciclo que pode gerar vastas discussões. Santaella (2010) traz a ideia de que não se trata de culpabilizar as redes, mas compreender que elas nos devolvem apenas o reflexo do que somos e de nossa mente.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O impacto da tecnologia na nossa sociedade é tão profundo que valores que norteiam os relacionamentos humanos foram quebrados, as normas de convivência foram modificadas, a legitimidade das ações não é mais reconhecida e princípios tradicionais foram postos de lado porque não se adequam mais a nova realidade inédita na história humana.

Assim, é fundamental refletir criticamente sobre as questões éticas que envolvem o uso de algoritmos nas redes sociais com clareza dos papéis e limites da inteligência artificial e dos próprios seres humanos como usuários das redes e propor um modelo de gestão das redes sociais em que a ética seja respeitada.

#### REFERÊNCIAS

- ARENDDT, Hannah. **Origens do Totalitarismo**. Antissemitismo, imperialismo, totalitarismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- BOSTROM, N.; YUDKOWSKY E. A ética da inteligência artificial. **Fundamento** – Rev. de Pesquisa em Filosofia, v. 1, n. 3 – maio – ago. 2011.
- BRUNO, F. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- COSTA, João Roberto da (org). **Comunicação de Interesse Público**. Ideias que movem pessoas e fazem um mundo melhor. São Paulo: Jaboticaba, 2006.
- SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.
- MITTELSTADT, B. D.; ALLO, P. A.; TADDEO, M. R.; WACHTER, S.; FLORIDI, L. The ethics of algorithms: Mapping the debate. **Big Data & Society**. July–December 2016: 1–21.
- NOBLE, SAFIYA UMOJA. **Algorithms of oppression: how search engines reinforce racism**. New York: New York University Press, 2018. Disponível em: <https://nyupress.org/9781479837243/>. Acesso em 22 fev. 2022.