

ÉTICA E REDES SOCIAIS: CAMINHOS PARA DISCERNIR E DECIDIR

Sérgio G. Mendes¹

Resumo

O advento das redes sociais e sua rápida expansão nas últimas décadas ampliou e fez surgir uma série de problemas éticos relacionados às ações de indivíduos ou grupos que utilizam essas redes, ou relacionados ao modo pouco transparente pelo qual as empresas de mídia social as gerenciam. A onipresença global das redes sociais oferece ainda outra preocupação ética por causa de seu crescente poder e monopólio que já influenciaram perigosamente as decisões políticas de países inteiros. Por essa razão, é necessário questionar se as pretensas redes sociais são de fato “sociais”.

PALAVRAS-CHAVES

Rede social, ética, política, liberdade, justiça.

Introdução

A ética é um saber, uma ciência sobre o agir humano. Para o filósofo Paul Ricoeur, esse agir intencionado pela ética supõe o *viver bem* (estima de si) *com e para o outro* (solicitude), *em instituições justas*; e a moral tenta traduzir essa intencionalidade em normas concretas de ação. (Ricoeur, 1991: 202-203)

Em outras palavras, através da ética e da moral buscamos viver uma “vida boa”, uma vida feliz. Mas essa vida boa não é possível de ser alcançada, segundo Ricoeur, sem a solicitude para o com os outros e sem o engajamento com a justiça para todos.

Agora fica fácil compreender por qual razão uma reflexão ética sobre as redes sociais se faz necessária. Ora, essas redes se tornaram, na última década, uma força incontestável de influência sobre a ação humana, em escala global. E justamente por afetarem de formas diversas o agir humano se torna necessário considerar se elas contribuem para a intencionalidade ética de vivermos todos uma vida boa.

Antes de darmos prosseguimento a essa reflexão convém considerar uma frequente objeção que precipitadamente é apresentada quando se debate sobre os limites éticos de qualquer tecnologia. Trata-se do argumento de que a tecnologia seria um fenômeno aético, ou seja, alheio à ética. Um exemplo recorrente seria dizer que toda tecnologia se assemelha a uma faca. Ela tanto pode ser utilizada para auxiliar na preparação de alimentos, quanto para matar uma pessoa inocente. A diferença entre esses usos não é uma propriedade da faca, mas do indivíduo que a manipula. Dessa forma, a faca, por si não teria “culpa” pelo mau uso que se

¹ Sergio Mendes é professor do Departamento de Teologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), no setor de Cultura Religiosa. Mestre e Doutor em Teologia e Gestor Administrativo-pastoral da rede de colégios da Companhia de Santa Teresa de Jesus.

faça dela. Tal argumento pareceria suficiente para contestar qualquer crítica às redes sociais e seus algoritmos e outros instrumentos tecnológicos, porque, afinal, tudo se resumiria ao mau uso desses recursos das redes sociais por parte de alguns indivíduos. Há dois problemas nesse argumento.

Primeiramente, o uso de algoritmos e de IA (inteligência artificial) têm levado as empresas de mídia a tentarem se esquivar de acusações de que violam direitos ou limites éticos, dizendo que o algoritmo apenas processa o conteúdo que aparece, refletindo as escolhas e visões dominantes que já estão na sociedade. Essa desculpa não tem sido aceita, especialmente pelos países da União Europeia e pelos EUA. A título de exemplo, em 2020, o Parlamento do Reino Unido considerou que as empresas de mídia são responsáveis pelo conteúdo que os algoritmos promovem e que é necessária que essas empresas sejam transparentes quanto ao modo de funcionamento desses algoritmos, não sendo admissível a existência de uma “caixa preta” (*black box*) em torno ao tema de como os algoritmos escolhem o que será exposto ao usuário. Também é inaceitável dizer que as empresas de mídia não são responsáveis pelos danos que podem resultar da atividade online, porque elas são as responsáveis por construir e treinar esses algoritmos.

Em segundo lugar, há no argumento das empresas de mídia social uma visão intencionalmente pueril acerca da liberdade humana: a de que todos os indivíduos ou grupos sociais têm o mesmo grau de liberdade informada, como se não existisse a possibilidade da mentira, do engano, da desinformação, da ideologia a diminuir drasticamente o espaço da liberdade do indivíduo e dos grupos. Aprofundemos.

A liberdade e o dever

Primeiramente, é necessário considerar que o próprio conceito de liberdade é problemático. Tendemos, na cultura atual, a entender e “con-fundir” liberdade com autonomia ou livre-arbítrio.

O ser-livre do ser humano não é um atributo exclusivo do indivíduo. Trata-se de um conceito intrinsecamente relacional: ser livre com os outros e para os outros. A liberdade é o espaço de construção de nossa identidade que só pode ser realizada socialmente. Significa que a liberdade comporta além de fazer o que *se quer*, também aquilo que *se deve*. O problema é que nem sempre *queremos* aquilo que *devemos* fazer. Nesse sentido pode-se entender que o *livre-arbítrio* é a capacidade de nossa liberdade de *fazer o que devemos* mesmo quando não queremos (autonomia), ou de *fazer o que queremos* mesmo quando não devemos. No entanto, quando deixamos de fazer o que devemos caímos em uma armadilha, porque neste caso nosso livre-arbítrio pode nos conduzir a matar a nossa própria liberdade e até a liberdade alheia.

Mas de onde brota esse *dever* para a liberdade? As mais diversas tradições religiosas tentam fundamentar o *dever* da liberdade (obrigação moral) em uma realidade transcendente, referida ou não à divindade. O filósofo Kant, tentou, através do *imperativo categórico*, fundar o dever da liberdade no próprio indivíduo que reflete sobre o seu agir: *Age apenas segundo uma máxima tal que possas ao mesmo tempo querer que ela se torne lei universal*. (Kant, 2007: 59). Mas podemos ainda compreender o dever da liberdade como uma conquista da sabedoria humana acumulada e transmitida pelas culturas e compiladas em costumes, normas e interditos. Essas normas tentam orientar o agir a fim de evitar os erros e infelicidades que as ações de indivíduos ou grupos acabaram gerando no passado.

Por fim, resta considerar que a norma que deve orientar nossa liberdade é dinâmica, sofre mutações ao longo do tempo, dos lugares, das circunstâncias e das culturas. Por essa razão, a tarefa de orientar eticamente a liberdade em nível pessoal e interpessoal nunca é concluída de modo definitivo. Contudo, há que se reconhecer que alguns referenciais éticos têm atravessado o tempo e se constituem como balizas que ainda nos ajudam a orientar nossa liberdade, trata-se dos valores e virtudes éticas.

No contexto das redes sociais, esses referenciais e deveres que orientam a liberdade parecem sofrer crescente descrédito, gerando não poucas crises éticas como teremos a oportunidade de verificar a seguir.

As redes sociais e seu impacto global

Em 2022 estima-se a população global de nosso planeta em 7,97 bilhões de pessoas. Segundo as estatísticas da empresa Statista² os usuários de redes sociais no mundo somam 4,6 bilhões de pessoas, o que representa 57,72% da população global. Em média, esses usuários gastam diariamente 147 minutos com as redes sociais.

Impressiona considerar que os primeiros modelos de redes sociais como Classmates e SixDegrees surgiram a partir de 1990, e em poucas décadas proliferaram várias outras e atingiram essa escala global atual. Provavelmente, as redes sociais ainda teriam mais usuários se toda a população global tivesse acesso a internet. No entanto, o total de pessoas sem acesso a internet nos países mais pobres do mundo chega a quase 3 bilhões de pessoas³.

Os benefícios das redes sociais

Pesquisas com usuários das redes sociais indicaram que elas facilitam ou potencializam: 1) a comunicação; 2) a liberdade de expressão; 3) um melhor acesso à informação; 4) o compartilhamento; 5) uma forma de “presença”; 6) as relações humanas; 7) a

² Cf. <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/#dossierKeyfigures>. Acesso em 11 ago. 2022.

³ Cf. <https://datareportal.com/global-digital-overview>. Acesso em 13 ago. 2022.

promoção de grupos; 8) o desenvolvimento da identidade e da reputação pessoais; 8) a organização do enfrentamento à regimes totalitários; 9) o trabalho cooperativo e a construção de comunidades; 10) a criação de espaços digitais comuns. (Meiselwitz, 2020: 336-337)

Os problemas éticos gerados pelas redes sociais

Todos os possíveis benefícios das redes sociais apresentados anteriormente, com relativa frequência, são deturpados para propósitos contrários, como teremos a oportunidade de analisar neste momento.

Podemos agrupar as implicações éticas das redes sociais em três grupos básicos: a) Os *impactos diretos* das redes sociais para os participantes, terceiros ou instituições; b) Os *impactos indiretos* das redes sociais para a sociedade a partir do conjunto do comportamento dos usuários ou a partir da administração das próprias plataformas digitais; c) *Implicações estruturais* das redes sociais como novas forças sociopolíticas e culturais.

A) *Problemas éticos oriundos dos impactos diretos das redes sociais*

Descrevemos aqui, em linhas gerais, os problemas éticos mais frequentes, em ordem aleatória. Alguns dos problemas apresentados abaixo não tiveram sua origem a partir das redes sociais, mas foram potencializados por elas.

1) **Patologias sociais:** individualismo, autoestima dependente de “likes” e respostas imediatas, o mito do “nós” nas redes (ilusão de achar que existe um “nós estamos juntos”), etc.

2) A **filtragem “bolha”** tende a tornar até as teorias conspiratórias e conteúdos falsos em verdade pelo fato de diferentes autores dentro da bolha defenderem o mesmo, criando a ilusão de que há grande aceitação. No caso brasileiro, por exemplo, viralizou a ideia falsa de que a Zika surgiu justamente a partir das vacinas e dos inseticidas usados pelo poder público.

3) **Pós-verdade:** compreende basicamente três estratégias: as *fake news*, a desinformação (disinformation) e os “rumores bombásticos”. As *fake news* são intencionalmente falsas. A desinformação mescla intencionalmente verdades e mentiras com o propósito de enganar. Nisso ela difere da “informação equivocada” (*misinformation*), que é errada também, mas por ignorância e não por intenção de enganar. Por fim, os “rumores bombásticos” são semelhantes à desinformação, mas se apoiam frequentemente em teorias conspiratórias. Em comum, essas três estratégias apelam às emoções com deliberada intenção de afastar a reflexão aprofundada sobre o tema. A vitória eleitoral de Donald Trump e o Brexit são dois exemplos frequentemente citados sobre o impacto negativo da pós-verdade sobre os regimes

democráticos. A pós-verdade é um desafio ético para a defesa da verdade, porque gera uma crise da autoridade, uma suspeita com relação aos conhecimentos solidamente estabelecidos, mas uma suspeita gratuita, gerada geralmente a partir de teorias conspiratórias absurdas. Nesse ambiente, verdade é aquilo que é compartilhado por muitas pessoas, mesmo que nenhuma delas seja especialista na matéria. Ilustra o drama ético da pós-verdade a avalanche de desinformação que impediu as autoridades sanitárias de vários países de conduzirem sua população à consciência da gravidade e da transmissibilidade do vírus da COVID-19, bem como da irrenunciável e insubstituível necessidade do uso de máscaras e da vacinação.

4) **Riscos à privacidade pessoal:** transferência de dados dos usuários a terceiros; uso dos dados dos perfis das redes sociais para treinar sistemas de reconhecimento facial; mineração de dados das redes sociais por terceiros com ou sem conivência das empresas de mídia social; tudo isso sem autorização dos usuários.

5) **Comportamentos abusivos ou criminosos:** *Catfish* (quando uma pessoa falseia seu perfil para fins fraudulentos ou maliciosos); *trolling* (ação de semear discórdia entre os grupos, acirrando os ânimos, aprofundando as polêmicas em busca de levar os outros a perderem o controle; em geral valendo-se de perfis falsos); *spamming* (disseminação indiscriminada e abusiva de mensagens; geralmente utilizando-se de robôs).

6) As redes sociais acolhem um amplo espectro de "**cibercrimes**": *cyberbullying*/assédio cibernético, ciberperseguição, exploração infantil, ciberextorsão, ciberfraude, vigilância ilegal, roubo de identidade, violação de propriedade intelectual/direitos de autor, ciberespionagem, ciberabotagem e ciberterrorismo.

7) **Possível agravamento de situações de risco:** suicídio, ansiedade, depressão, FOMO (*Fear of Missing Out*: medo de ficar desconectado), adições, etc.

8) **Discursos de ódio:** conteúdo racista, sexista, misógino, xenofóbico, anti-imigrante, homofóbico, transfóbico, bifóbico, classista (depreciação de grupos por religião, etnia, raça ou casta), gordofobia, etarismo (preconceito de idade), capacitismo (ableísmo, preconceito contra portadores de deficiências ou limitações), anti-democrático, anti-justiça, etc.

b) Problemas éticos oriundos dos impactos indiretos das redes sociais

1) Possíveis impactos das redes sociais, a longo prazo, sobre crianças e adolescentes;

2) Os “compromissos” das empresas de mídia social expressos em “visão”, “valores”, “termos de uso” e outras políticas são apenas uma “lavagem ética” (*ethicswashing*), mera aparência (Stanford, 2021), que é desmascarada por sua estratégia de claramente exercer o monopólio comprando ou mimetizando toda possível concorrência que possa apresentar-se como uma alternativa para os usuários.

3) Os algoritmos por detrás de plataformas como o Facebook não visam apenas reunir informações de perfis de usuários para apresentar propagandas específicas de produtos. A

principal intenção da metrificação das interações e relações dos usuários é descobrir novas formas de aumentar o engajamento, a dependência, o tempo de uso do aplicativo. Até mesmo a seleção de memórias a serem reapresentadas visam mexer com as emoções do usuário e aumentar o engajamento. Em suma, os algoritmos não são neutros, estão a serviço de interesses que não são explicitamente revelados aos usuários.

4) Mais do que filtrar aquilo que não nos interessa como usuários (bolha), as redes sociais filtram aquilo que não interessa a elas, que pode prejudicar, por exemplo, o engajamento do usuário na rede social. Como foi comprovado, até mesmo conteúdos maliciosos, *fake news* ajudam a aumentar o engajamento nas redes sociais. Por isso, para a companhias não é vantajoso eliminar totalmente essas negatividades. Daí a falta de transparência em relação à moderação de conteúdo realizada pelas plataformas.

5) O atendimento às reclamações de órgãos e governos pelas empresas de mídias sociais varia em função das fragilidades legais e da importância global de cada país. Dessa forma, os países mais periféricos do mundo são abusivamente ignorados. Um exemplo clássico ocorreu com o vídeo “*The Innocente of Muslims*”, que era ofensivo aos muçulmanos. Em alguns países ele foi retirado do ar e em outros nunca foi retirado, mesmo após determinação legal.

6) As companhias de mídias sociais não fornecem aos pesquisadores os dados sobre desconectividade, feedbacks ou interações negativas, impedindo uma análise mais precisa da relação das pessoas com as redes sociais.

7) O uso da IA (Inteligência Artificial) nos ambientes digitais é crescente. E já anuncia uma série de novas implicações éticas. Entre elas a capacidade dessa tecnologia de criar fotos de pessoas que não existem (*synthetic photos*)⁴. A IA também está por detrás de geradores de textos como o GPT-3 que é capaz de gerar textos mais convincentes do que textos humanos, porque trabalha com análise profundas de usos da linguagem, verificando padrões que se repetem ao longo de bilhões de textos que o alimentaram. Essa mesma tecnologia também está permitindo a criação de vídeos fake, em que é possível utilizar a imagem de uma pessoa e sua voz para criar um vídeo realista com essa pessoa falando e fazendo coisas que nunca fez. Por fim, a IA também tem sido utilizada por plataformas para o *reinforcement learning*, uma técnica que leva a manipular três sentimentos humanos (o medo, a dúvida e a raiva) ao propor novos conteúdos ao usuário. Não é casual que, por exemplo, os vídeos de extrema-direita tenham grande repercussão, pois se baseiam nesses três medos para propagar sua ideologia. Entre os estudiosos já há preocupação com o futuro da própria autonomia humana, cada vez mais manipulada por essas tecnologias.

8) A monetização e as propagandas (ad’s) acabam por financiar também os sites e postagens de *fake news*, desinformação e informação equivocada ou distorcida.

⁴ Dois exemplos ficaram bem conhecidos na Internet: Oliver Taylor (cf. <https://www.reuters.com/article/us-cyber-deepfake-activist-idUSKCN24G15E>) e Martin Aspen. Este último era o suposto autor de um relatório secreto sobre o filho de Joe Biden, no contexto das eleições americanas de 2016 e que circulou viralmente nas redes ligadas a Donald Trump. (Cf. GIANIRACUSA, 2021, p. 18-23)

c) *Implicações estruturais das redes sociais como novas forças sociopolíticas e culturais.*

1) As redes sociais, do ponto de vista político, têm se tornado um palco de potencialização do autoritarismo e do populismo, mais até do que de movimentos legítimos de emancipação democrática. O escândalo do compartilhamento de dados do Facebook-Cambridge Analytica de 2014 a 2018, quando dados pessoais de 87 milhões de usuários no mundo inteiro foram compartilhados com políticos para influenciar eleitores em vários países, comprovam a gravidade do tema.

2) As redes sociais se apresentam como uma nova forma de *colonização e feudalização* do que Habermas chamaria de “esfera pública”, por meio do capital, do poder de alguns poucos estados nacionais, de uma ideologia a serviço do mercado, em um horizonte de evidente assimetria de poder econômico, político e cultural. Nesse contexto, Rosen (2022: 61) distingue três tipos de alienação digital: a econômica, a política e a cultural, cada uma delas com suas respectivas formas de neocolonização: *exploração digital* (monopólios digitais, individualismo), *dominação digital* (vigilância digital, mídias “sociais” anti-sociais, autoritarismo digital, filtro bolha, etc.) e *ideologia digital* (indústria cultural digital, fake news, aceleração, etc.). A esfera pública, enquanto livre espaço de exercício da razão deliberativa, foi fragmentada especialmente pelas redes sociais. Temos agora um conjunto de grupos que funcionam como uma “câmara de eco” ou “bolhas”.

Os desafios para avaliar eticamente as redes sociais

Várias são as dificuldades para uma avaliação ética das redes sociais, mas destacamos apenas três. Primeiramente, não é fácil distinguir, no contexto das redes sociais, entre *moral*, *moralmente questionável* e *imoral*, sobretudo porque há uma grande tendência em se interpretar esses termos cada vez mais de modo subjetivo. Em segundo lugar, é curioso falarmos de “redes sociais” quando a compreensão do “social” não conta, a rigor, com a colaboração dos cidadãos, mas é definido pelas empresas de mídias sociais. Nas redes sociais não há propriamente um encontro de “cidadãos”, mas de “consumidores”. E, em terceiro lugar, a velocidade das mudanças tecnológicas e, por extensão, das redes sociais, faz com que até mesmo a análise ética rapidamente necessite ser refeita para o novo contexto e os novos desafios. A ética parece sempre estar atrasada em relação à realidade. Esse atraso causa não poucos sofrimentos e injustiças enquanto a consciência ética não se impõe para estabelecer novos limites que se fazem necessários.

Conclusão:

Diante das reflexões apresentadas podemos concluir que é uma verdadeira ilusão, senão uma ideologia alienante, acreditar que as redes sociais são um espaço democrático e socializante. Não se trata de um espaço de igualdade e nem de equidade. Trata-se de uma realidade que segue, em grande medida, a lógica do capital e do poder de umas poucas corporações internacionais.

Talvez o mais contraditório seja que esse espaço digital pretensamente democrático não utilize todos os seus recursos para impedir o acesso àqueles que não respeitam o jogo democrático, tais como os novos movimentos fascistas, fundamentalistas, terroristas, os disseminadores de fake news e tantas outras ações que deliberadamente significam a recusa em aceitar as regras democráticas de respeito à pluralidade e de promoção e defesa dos Direitos Humanos. E mais do que impedir o acesso a esses grupos, há a tarefa primordial de não aumentar o isolamento e a marginalização de pessoas e grupos mais vulneráveis, que são atualmente ainda mais atacados e perseguidos através das redes sociais.

A possibilidade de as redes sociais serem um campo promissor para a defesa e a promoção da ética e da cidadania passa necessariamente por um corajoso enfrentamento das dificuldades aqui apresentadas. Somente assim a estima de si e a estima do outro se encontrarão no horizonte de instituições justas.

Referências

BANAJI, Shakuntala; BHAT, Ramnath. *Social Media and Hate*. London; New York: Routledge, 2022.

COULDRY, Nick; DIJCK, José van. “Researching Social Media as if the Social Mattered”. *Social Media + Society*, July-December, p. 1–7, 2015.

COSENTINO, Gabriele. *Social Media and the Post-Truth World Order: The Global Dynamics of Disinformation*. Switzerland: Palgrave Macmillan, 2020.

GIANSIRACUSA, Noah. *How algorithms create and prevent fake news: exploring the impacts of social media, deepfakes, GPT-3, and more*. Acton (MA-USA): Apress, 2021.

JOHN, Nicholas A.; NISSENBAUM, Asaf. “An agnotological analysis of APIs: or, disconnectivity and the ideological limits of our knowledge of social media”. *The Information Society*, vol. 35, n. 1, p. 1-12, 2019.

MEISELWITZ, Gabriele (Ed.). *Social Computing and Social Media Design, Ethics, User Behavior, and Social Network Analysis*. Towson – MD (USA): Springer, 2020.

KANT, Immanuel. *Fundamentação da Metafísica dos Costumes*. Lisboa: Edições 70, 2007.

MEDEIROS, Thito Fábio de Souza. *Ética e Moral em Paul Ricoeur: Uma análise da pequena ética*. Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2019.

RICOEUR, Paul. *O si-mesmo como um outro*. Campinas, SP: Papirus, 1991j.

ROSEN, Devan. *The social media debate: Unpacking the Social, Psychological, and Cultural Effects of Social Media*. New York; London: Routledge, 2022.

SIMANOWSKI, Roberto. "On the Ethics of Algorithmic Intelligence". *Social Research: An International Quarterly*, vol. 86, n. 2, Summer, p. 423-447, 2019.

STANFORD ENCYCLOPEDIA OF PHILOSOPHY. *Social Networking and Ethics*. 2021. Disponível em: <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-social-networking/>. Acesso em: 8 ago. 2022. (Não paginado)

QUESTÕES PARA DEBATE

1. Dentre os problemas éticos gerados ou ampliados a partir das redes sociais, quais os que você considera mais graves? Por quê?
2. Depois da leitura desse artigo, como você contestaria a ideia de que as empresas de mídia social são apenas uma forma de negócio e que não são responsáveis por aquilo que as pessoas fazem com o produto que elas oferecem?
3. Você concorda com a afirmação de que as redes sociais não são "sociais"? Por quê?
4. Como vimos, o filósofo Paul Ricoeur considera que a tarefa da ética é conduzir-nos a *viver bem* (estima de si) *com e para o outro* (solicitude), *em instituições justas*. Em que medida você considera que as redes sociais colaboram com esse propósito ético? Por quê?