

Modulação informacional: a ciência da informação frente ao controle algorítmico e a pós-verdade

Informational modulation: information science in face of algorithmic control and post-truth

Natasha Duarte Amarante¹Annie

Casali²

Jackson da Silva Medeiros³

Valdir José Morigi⁴

Resumo

Este estudo, de caráter teórico e apoiado na pesquisa bibliográfica, tem como objetivo refletir sobre as relações entre algoritmos, controle e pós-verdade, a partir das percepções de Deleuze, Pariser, Tiburi e outros autores. Relaciona a realidade da vigilância e modulação na internet com as modulações típicas das sociedades de controle. Associa o fenômeno da pós-verdade ao aumento de produção de informação e a personalização algorítmica. Ressalta o vínculo direto das novas tecnologias com o fenômeno da pós-verdade e a manipulação de informações com o novo capitalismo e as relações de mercado e marketing. Sinaliza que a tecnologia não é isenta de reorganização política, sendo necessário perceber suas nuances políticas e sociais.

Abstract

This study, theoretical in nature and supported by bibliographic research, aims to reflect on the relationships between algorithms, control and post-truth, based on the perceptions of Deleuze, Pariser, Tiburi and other authors. It relates the reality of surveillance and modulation on the internet with the modulations typical of control societies. It associates the phenomenon of the post-truth to the increase of information production and the algorithmic personalization. It emphasizes the direct link of new technologies with the phenomenon of post-truth and the manipulation of information with the new capitalism and the relations of market and marketing.

1 Introdução

A internet traz diversos desafios quanto à disponibilização de informações, principalmente ao que é direcionado aos usuários. Os impactos das tecnologias de informação e comunicação, através de seus dispositivos digitais, estão alterando a relação dos grupos sociais com a informação. O modo como a informação é regulamentada, analisada, filtrada está em constante mutação e a Ciência da Informação

1 Mestranda em Ciências da Informação; PPGCIN | UFRGS, natasha.damarante@gmail.com.

2 Mestranda em Ciências da Informação; PPGCIN | UFRGS; Bolsista CAPES, casali.annie@gmail.com.

3 Doutor em Comunicação e Informação (UFRGS), Professor do Departamento de Ciências da Informação UFRGS, jackson.medeiros@ufrgs.br.

4 Pós-doutor em Memória Social (UNIRIO), Professor do Departamento de Ciências da Informação UFRGS, valdir.morigi@ufrgs.br.

busca compreender esse fenômeno social. Sendo assim, este estudo, de caráter teórico e apoiado na pesquisa bibliográfica, tem como objetivo refletir sobre as relações entre algoritmos, controle e pós-verdade, a partir das percepções de Deleuze, Pariser, Tiburi e outros autores que contribuem para essa discussão. Relacionando a realidade da vigilância e modulação na internet com as modulações típicas das sociedades de controle, no qual a “verdade” deixa de ser uma certeza reconhecível, sendo relativizada de acordo com interesses de determinados grupos sociais.

2 Pós-verdade e modulação algorítmica

A discussão acerca do termo ‘verdade’ é antiga e na perspectiva contemporânea, a verdade tomou discussões não somente acadêmicas e filosóficas como também debates informais e sociais. Para Tiburi (2017, documento eletrônico) na história da filosofia tradicional, a verdade é o objeto de uma busca, "dos textos platônicos ao questionamento de Nietzsche, a verdade é objeto de desejo e de disputa". Segundo Michel Foucault (1999), a verdade segue uma ordem de propósitos, instituições e disciplinas que são subservientes à ordem discursiva dominante. Não se trata de uma verdade absoluta, mas daquilo que é aceito como verdade por uma determinada sociedade e seus mecanismos de validação que permitem que esses sejam aceitos como tal.

As relações políticas e econômicas sempre cercaram a validação dos discursos e os regimes de verdade, porém, segundo Deleuze (1992), cada vez mais, nas sociedades ocidentais, vivenciamos um novo capitalismo que possui novos produtos e formas de mercado com o desenvolvimento de uma sociedade voltada para o consumo. Sendo assim, o neoliberalismo salienta ainda mais a relação entre verdade e consumo, pois está muito além da disciplina e da vigilância, agindo por controle virtual tanto do indivíduo quanto da população, o qual Deleuze (1992) caracteriza como sociedade de controle.

Para Bezerra (2017), com o desenvolvimento da internet e das tecnologias de informação e comunicação cada vez mais o controle e a mediação da informação saíram do domínio oligopólico das grandes empresas tradicionais de comunicação e do Estado, possibilitando o surgimento de outros grupos comerciais. A informação proveniente das redes sociais digitais levou à criação do termo verdade digital, na qual emitir e

manipular informações tornou-se um hábito e até mesmo uma compulsão (TIBURI, 2017). Diante deste cenário surge, então, o termo pós-verdade, que ganha notoriedade a partir do ano de 2016 (LLORENTE, UNO, 2017, p. 9). Para Zarzalejos (2017, p. 11), “pós-verdade consiste na relativização da verdade, na banalização da objetividade dos dados e na supremacia do discurso emocional”. Segundo Tiburi (2016), também está associado ao aumento de produção de informação, possibilitando a expressão de todas as ideologias com pouca responsabilidade ética e legal, mas que passam a circular como verdades naturalizadas apenas porque são repetidas.

Para Tiburi (2017, documento eletrônico), o fenômeno da pós-verdade coloca em questão o fim da verdade como um valor maior, pois “com a ideia de pós-verdade, trata-se de falar de uma verdade útil. Da verdade consumível e consumida.” Essa relação comercial, pode ser relacionada com a personalização excessiva de conteúdos na internet, que através dos algoritmos e da desinformação massiva estão diretamente relacionados ao consumo e ao determinismo informativo, ou seja, onde os cliques numa tela definem o que deve ser consumido.(PARISER, 2012). Uma publicação, independentemente de seu conteúdo, chegará até o usuário, baseado em seu perfil, gosto e publicidade direcionada, ficando cada vez mais difícil perceber a manipulação das informações filtradas, além da impossibilidade de compreender as fórmulas desses filtros.

A personalização através dos algoritmos, denominada por Striphas de cultura algorítmica, pode ser compreendida, em Pariser (2012), como um mecanismo que tem por objetivo prever, criar e refinar quem somos, o que faremos e o que desejamos, criando um universo exclusivo de informação para cada usuário, denominada pelo autor de Bolha dos Filtros, fortalecendo “[...] o apelo às emoções, satisfação de crenças e ideologias como subversão deformadora da realidade social” (SILVA, 2018, p. 336). Porém, mais que filtrar informações a bolha dos filtros pode nos conduzir ao que queremos consumir, pois os algoritmos que fazem esses filtros foram criados para o marketing, que, segundo Deleuze (1992, p. 224), “é agora o instrumento de controle social e forma a raça impudente dos nossos senhores”.

Como instrumento de controle social, fruto de um contexto com relações de dominância de poder, muitas vezes as inferências feitas pelos algoritmos, com base nos

bancos de dados, seguem a reprodução de comportamentos de uma sociedade. Os algoritmos e linguagens de programação, bem como a coleta e armazenamentos dos dados digitais, além de lógica e controle, contêm implicações políticas, sociais e econômicas, servindo em sua maioria a um grupo dominante que regula o regime de informação, servindo ao mercado e ao novo capitalismo.

3 Considerações finais

As plataformas digitais são cada vez mais utilizadas como fontes de informação, com algoritmos que filtram as informações relevantes para cada usuário, fechando o usuário em uma bolha, sem que o mesmo perceba que as informações acessadas só expressam sua visão de mundo, sem perceber também que muitas possibilidades de informação foram retiradas de seu alcance. Logo, percebemos que a influência dos algoritmos nas relações sociais e de informação altera de forma significativa as percepções acerca da verdade e das informações acessadas e compartilhadas, tornando as intenções por trás da informação disponibilizada quase imperceptíveis, sejam para fins econômicos ou políticos.

É fato que a internet e os algoritmos nos trazem grandes vantagens, principalmente se considerarmos o volume de informação e dados disponíveis. Porém, não podemos também supor que as tecnologias por si só tenham relações de poder, estas relações são humanas. A tecnologia é uma consequência que pode influenciar na manutenção ou revolução dos *status quo*, afetando as subjetividades envolvidas em torno dessa tecnologia. É importante perceber que a relação entre as tecnologias, o fenômeno da pós-verdade e a manipulação de informações está diretamente ligada às relações de mercado e marketing para que possamos refletir acerca do mal estar social perante a realidade e a individualização de crenças, através do enclausuramento informacional (bolha dos filtros), que podem prejudicar as democracias favorecendo o aparecimento do totalitarismo contemporâneo.

Referências

- BEZERRA, Arthur Coelho. Vigilância e Cultura algorítmica no novo regime de mediação da informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**. v. 22. n.4. 2017.
- DELEUZE, G. **Conversações**. São Paulo. Ed. 34, 1992.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 5. ed. São Paulo: Loyola, 1999.

LLORENTE, José Antonio. Prefácio à edição. **Revista Uno**, São Paulo, n. 7, p. 09, 2017. Disponível em:

https://www.revista-uno.com.br/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf.

Acesso em: 25 maio 2019.

PARISER, Eli. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SILVA, Jonathas Luiz Carvalho da. **Pós-verdade e informação**: múltiplas concepções e configurações. In: Encontro nacional de pesquisa em ciência da informação, 19., 2018, Londrina. Anais [...] Londrina: UEL, 2018, p. 333-353.

TIBURI, Márcia. **Como conversar com um fascista**. Rio de Janeiro: Record, 2016.

TIBURI, Márcia. **Pós-verdade, pós-ética**: uma reflexão sobre delírios, atos digitais e inveja. In: Ética e pós-verdade. Christian Dunker (Org.). Porto Alegre: Dublinense, 2017, p. 94-125.