



Processo Algorítmicos E Comunicação: A Necessidade De Alfabetismo Para Plataformas Como Garantia Do Direito À Comunicação E Informação¹

Pedro Henrique de Mello Ramos²

Gabriela Bueno³, Giovanna Stival⁴, Mattheus Goto⁵, Marcelo Santos⁶, Taís Faria⁷

Apresentação: Oral.

1. Pertinência do trabalho

Em um cenário em que mais da metade dos brasileiros conectados à internet se informam prioritariamente pelo WhatsApp e 22% discutem política e notícias em grupos fechados do Facebook⁸, é vital questionar a influência das organizações e suas plataformas digitais na construção da nossa realidade sócio-política: será que as redes sociais cumprem o simples papel de intermediadoras neutras de conteúdo ou desempenham a função de distribuir informações que podem contribuir na elaboração de juízo e tomada de decisão dos seus usuários? Como seus usuários as interpretam? Este trabalho analisa documentos formais, como Termos de Serviço e política de uso de dados, de empresas como o Facebook Inc para jogar luz sobre essas questões

¹ Resumo expandido submetido ao Espaço Jovem Pesquisador, na categoria (a) Pesquisas de Iniciação Científica, do XIV Congresso Abrapcorp *Comunicação, Inovação, Organizações*. Unesp Bauru;

² Faculdade Cásper Líbero - Graduando (pedrohramos@icloud.com);

³ Faculdade Cásper Líbero - Graduanda (gabriellabuenoar@gmail.com);

⁴ Faculdade Cásper Líbero - Graduanda (gistival13@gmail.com);

⁵ Faculdade Cásper Líbero - Graduando (mattheusgoto@gmail.com);

⁶ Faculdade Cásper Líbero - Professor Doutor (formarcelo@gmail.com);

⁷ Faculdade Cásper Líbero - Graduanda (taisfariasribeiro@yahoo.com.br);

⁸ Reuters Institute Digital News Report (2019);

captar quais orientações estratégicas arquitetam um dos mais populosos ambientes digitais da contemporaneidade.

2. Relevância e originalidade da temática

Em 2016, a UNESCO lançou o projeto “Alfabetização midiática e informacional: currículo para a formação dos professores” que propunha discutir a necessidade de políticas estratégicas que iguallassem o acesso à informação e às mídias instruindo sobre seus usos. A pauta da UNESCO serviu de mote para a construção do nosso objetivo geral: problematizar os valores socioeconômicos utilizados por gigantes da internet na criação de redes sociais digitais ao traduzir seus Termos de Serviço e políticas de uso de dados. A ideia é que, a partir daí, possamos criar materiais que conscientizem os usuários das plataformas sobre a dimensão dos conteúdos que produzem, compartilham e consomem. Nosso grupo de pesquisa AlgoritmCOM, fundado em 2017, tem sido precursor do estudo de processos comunicacionais mediados por algoritmos no Brasil, com revisão sistemática de literatura sobre a matéria, tradução para o português de textos publicados por cientistas estrangeiros, criação de metodologias de análise para investigar objetos da Comunicação que envolvam agentes não-humanos inteligentes e, como é o caso, a análise de objetos empíricos, incluindo-se tanto o exame das mídias quanto estudos de recepção realizados com agentes humanos e não-humanos.

3. Referências teóricas principais

O tema deste artigo é aquilo identificado por José van Dijck, Martijn de Waal e Thomas Poell como “sociedade de plataforma” (2018), em que se troca a internet por ambientes digitais privados projetados para organizar as interações de usuários, em arquiteturas de informação repletas de prescrições e interesses mercadológicos opacos, salvaguardados por termos de uso controversos, e por vezes apartados de noções como democracia, privacidade, cidadania e transparência. Em extensão, também utilizados o conceito da “esfera pública automatizada” de Frank Pasquale (2017), em que a ideia das plataformas como intermediadoras digitais é desconstruído e problematizado comunicacional e juridicamente, sobretudo com relação aos valores racistas, misóginos, homofóbicos e mercadológicos que regulam a produção e circulação de conteúdos em ambientes digitais privados administrados por grandes corporações.

4. Métodos usados/Desenvolvimento

Optamos pela metodologia da análise documental, que tomou por objeto de estudo trabalhos científicos das Áreas da Comunicação e do Direito sobre plataformas, assim como os Termos de Serviço da versão brasileira do Facebook. E sobre este complexo assunto, repleto de ambiguidades e possibilidades de recorte/enquadramento, optamos por endereçar o seguinte problema de pesquisa: é possível traduzir as reflexões críticas sobre a 'plataformização' da sociedade, em particular sobre o Facebook, que recentemente têm ocupado e preocupado acadêmicos da Comunicação e do Direito (i.e. Pasquale, 2017), para o grande público, ampliando-se assim o impacto social de tais reflexões?

5. Resultados (esperados, parciais, finais)

Em um primeiro momento, ao contrapor a literatura inventariada com os Termos de Serviço do Facebook, observou-se uma série de contradições entre o modo como a plataforma constrói publicamente a sua marca e as práticas adotadas internamente quanto à política de dados, serviços oferecidos e clareza do seu funcionamento algorítmico. Há o próximo passo, porém, de entender como os seus usuários percebem o funcionamento da plataforma. Para isso, faremos experimentos e testaremos a leitura mercadológica que a plataforma faz de seus consumidores utilizando o software do website applymagicsauce.com do Instituto de Psicometria de Cambridge.

6. Referências

DIJCK, J.v. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press, 2013.

RECUERO, 2009. *Redes sociais na internet*. Coleção Cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2009.

PASQUALE, F. *A Esfera Pública Automatizada*. Tradução Marcelo Santos e Victor Varcelly. *Revista Líbero*, ano X, n. 39. São Paulo, jan./ago. 2017.

FEENBERG, A. *Andrew Feenberg: racionalização democrática, poder e tecnologia*. Brasília: Observatório do Movimento pela Tecnologia Social na América Latina/Centro de Desenvolvimento Sustentável - CDS. Ciclo de Conferências Andrew

Feenberg. ☼ série Cadernos PRIMEIRA VERSÃO: CCTS - Construção Crítica da
Tecnologia & Sustentabilidade. Vol. 1. Número 3, 2010.

CARRO, Rodrigo. Urban Brazil. [Digitalnewsreport.org](http://www.digitalnewsreport.org), 2019. Disponível em: <[http://
www.digitalnewsreport.org/survey/2019/brazil-2019/](http://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/brazil-2019/)> Acesso em: 01/03/2020.