



TENDÊNCIAS 2023

Tendências 2023

EDIÇÃO

Pedro Fonseca

DESIGN GRÁFICO

Sara Dias
Maria Cristóvão

FOTOGRAFIA DE CAPA

Clem Onojeghu | [Unsplash](#)

PRODUÇÃO

Conclusão das Letras
Versão online em [TICtank.pt](#)

DATA DE PUBLICAÇÃO

Dezembro 2022

PATROCÍNIO



ÍNDICE

4. A direito

Pedro Fonseca

8. Migração para o metaverso: precisamos de direitos imersivos básicos garantidos

Louis B. Rosenberg

12. A proposta dos operadores de telecomunicações para forçar os sites a pagar-lhes coloca a Internet em risco

Barbara van Schewick

16. Tempos de hibridização

Joaquim Fidalgo

20. Proteger os conteúdos de media nas plataformas de media social

Joan Barata

28. O economista cuja teoria previu na década de 1970 os apelos atuais à censura

Peter Jacobsen

31. Enquadrar o “bem-estar digital” como um bem social

Alex Beattie e Michael S. Daubs

41. Como a tecnologia mudou as lutas globais dos trabalhadores para melhor e para pior

Cory Doctorow

46. Tudo como dantes no ciberquartel de Abrantes

José Tinoco

51. Quem audita os auditores? Recomendações de uma análise ao ecossistema da auditoria algorítmica

Connor Wright

54. O Estado Datificado

Jenna Burrell e Ranjit Singh

59. Chegou a hora de olhar para o propósito do digital

Luisa Ribeiro Lopes

61. Rever os objetivos da política de captação de investimento estrangeiro

Lino Fernandes

66. A ilusão do declínio moral

James Breiner

A direito

PEDRO FONSECA

A definição de direitos nas vertentes tecnológicas é uma das mais notáveis tendências para 2023. A procura por um código ético na inteligência artificial que imponha alguma ordem na investigação e na indústria tem sido notória, mas impõe-se a sempiterna questão sobre quem (ou como se) pode validar os resultados dos auditores, como o faz Connor Wright sobre as auditorias algorítmicas.

Há uma procura pela consensualização de outros direitos, nomeadamente na miscelânea que é o metaverso. Louis Rosenberg detalha a necessidade de garantir direitos imersivos básicos, sob pena da indústria vir a ter “um poder sem precedentes para criar perfis e influenciar os seus utilizadores”. As plataformas metaversas conseguirão monitorizar os utilizadores e saber “para o que olham e até quanto tempo dura esse olhar”, resultando num aperfeiçoamento da oferta publicitária imersiva e numa intromissão inaudita na decisão individual.

Como salvaguardas, propõe o estabelecimento do direito à autenticidade experiencial e à privacidade emocional e comportamental.

Péssimo comportamento é o que se está a passar com a comunicação social, sem que os direitos dos espetadores/leitores/ouvintes sejam protegidos.

Em “tempos de hibridização”, como os

denomina Joaquim Fidalgo, produtos, formatos ou linguagens confundem e não esclarecem, misturam-se e não (se) diferenciam. Tudo coexiste de forma diluída no que devia ser jornalismo: publicidade, relações públicas, marketing, ficção, propaganda, entretenimento e algum jornalismo. As tecnologias digitais agilizam essa diluição, mas há códigos - éticos ou deontológicos, da concorrência ou da regulação - que garantem direitos aos cidadãos e não estão a ser seguidos.

No setor dos media, não se mexe em modelos de negócio que já provaram ser insustentáveis, assiste-se ao mercado desregulado numa cavalgada imparável, como se o objetivo primeiro fosse transformar o país no maior [deserto noticioso](#) da Europa.

Perante a escassa autorregulação no jornalismo, uma terceira via passa pela recordação que Peter Jacobsen faz de Ronald Coase. Este, na década de 1970, refletiu sobre se o mercado das ideias devia ficar isento de regulamentação quando, noutros setores, “pode ser do maior interesse dos incumbentes regulamentar a concorrência”.

Qual será o resultado? A perda de direitos (de expressão e outros) para os menos favorecidos. Olhe-se o [Ranking Digital Rights](#), em que nenhuma das práticas sobre os direitos de liberdade de expressão e da privacidade em 14

plataformas digitais é aprovada.

Veja-se também o que está a suceder na Europa, onde os operadores de telecomunicações recebem dos clientes pelo acesso ao serviço de Internet e, em simultâneo, querem cobrar a sites e a apps por disponibilizarem os conteúdos. Em resumo, serem pagos duas vezes pelo mesmo serviço, explica Barbara van Schewick.

O BEREC, a federação europeia dos reguladores das telecomunicações, nota que perante o pedido do lobby das grandes operadoras (a ETNO) “não encontrou nenhuma evidência de que tal mecanismo seja justificado”. Acrescenta até que “esta é uma ideia terrível sem justificação e que provavelmente prejudicaria o sistema de telecomunicações mais bem-sucedido alguma vez inventado”.

Operadores como a Deutsche Telekom, a francesa Orange, a espanhola Telefonica ou a Telecom Italia consideram-na “uma contribuição justa”, enquanto Google, Netflix, Meta ou Amazon a entendem como “um imposto sobre o tráfego da Internet e uma tentativa de apropriar-se de dinheiro de uma indústria para apoiar a velha guarda”, escreveu a [Euractiv](#).

E o que faz a Comissão Europeia da proposta da ETNO? Vai consultar o mercado, mas ainda não convidou cidadãos, académicos ou ONGs a expressarem-se sobre o tema.

A importância da Comissão é crescente desde que decidiu envolver-se na moderação dos conteúdos, através de diversas

leis que vão do terrorismo à proteção de menores. Recentemente, assegura Joan Barata, adotou uma “abordagem tendenciosa” na regulamentação da liberdade dos media (com o EMFA). Esta lei quer analisar “questões fundamentais relacionadas com o exercício do direito à liberdade de expressão” pelos meios de comunicação social - algo que antes cabia às “disposições constitucionais, legais e regulamentares a nível nacional”.

Em Portugal, o Sindicato dos Jornalistas “é favorável” à proposta, querendo mais do que não se pode ter: dar «mais capacidade de intervenção às entidades reguladoras» ou diminuir «o perigo que a crescente concentração dos media representa para a pluralidade da informação e para a diversidade no jornalismo».

O EMFA tenta ligar a responsabilidade editorial dos media com “o gozo de condições específicas para a moderação” de conteúdo pelas plataformas online, mas sem ser “consistente com os existentes instrumentos internacionais e regionais de direitos humanos”.

Os pressupostos de dar mais poder às empresas tecnológicas têm de ser bem pesados e, no caso da moderação, elas próprias evitam serem donas da verdade online. Isso não impede de quererem dar uma ideia de oferta de conforto tecnológico, de um “bem-estar digital” que, como explicam Alex Beattie e Michael Daubs, serve principalmente para evitar a regulamentação das suas plataformas e serviços. “Frequentemente criticadas”, adotam “a linguagem dos seus críticos para

se enquadrarem como um bem social. Essa estratégia imita a usada pelos executivos da rádio nos Estados Unidos no início do século XX”.

A imitação verifica-se noutras vertentes, como Jenna Burrell e Ranjit Singh explicam sobre as dimensões de um Estado crescentemente datificado e, por isso mesmo, perigoso para os dados pessoais.

Os investimentos em datificação pública são “vendidos” a governantes e governados “como exemplos do que significa ser moderno e eficiente”. E podem sê-lo, quando “os mandatos de responsabilidade pública e a administração da receita tributária também significam que há um maior potencial para os investigadores examinarem o funcionamento de um Estado Datificado”.

É neste propósito dual que se pode olhar para os cidadãos, advoga Luisa Ribeiro Lopes, e “colocarmos as pessoas no centro do desenvolvimento do digital, fonte de inclusão de todas e de todos”.

Portugal tem apostado na formação e tem “uma oferta significativa e de qualidade” de recursos humanos, que tem servido para captar investimento estrangeiro, sublinha Lino Fernandes. Mas o sucesso está a levar as empresas nacionais de software a oporem-se a esta política porque gera um aumento dos ordenados e se podem “perder os melhores talentos”.

A situação é semelhante na cibersegurança, em que muito está “como dantes no ciberquartel de Abrantes”, na expressão de

José Tinoco, que revela “uma novidade: há bons recursos de segurança de informação em Portugal, mas com ofertas de 1000€/mês, qualquer um desses recursos prefere trabalhar remotamente para empresas estrangeiras por cinco vezes mais”.

Um outro lado do trabalho remoto é revelado por Cory Doctorow, ao explicar como os direitos dos trabalhadores estão a ser forçados pela «tecnologia disciplinadora, especialmente o <bossware>, que começou por monitorizar o trabalho forçado na prisão, depois os trabalhadores de colarinho azul e depois os trabalhadores de colarinho rosa» da economia do biscate, sem esquecer os colarinhos brancos que trabalharam em casa durante e após a pandemia.

Essa é a premissa da sua ideia de “Shitty Tech Adoption Curve”: para usar a tecnologia contra as pessoas, deve começar-se por aquelas “sem poder social e depois trabalhar lentamente o gradiente de privilégio, suavizando as arestas da tecnologia, lixando-as contra os corpos humanos de pessoas que não podem dar luta”.

Como antecipação de tendências para 2023, muitos destes artigos parecem prometer um mar de desgraças. Mas não é assim, nem esse é o objetivo desta coletânea. Alertar não é ser pessimista.

Quando se questiona sobre o que vai suceder às “crianças de hoje”, como as denomina James Breiner, procura-se antecipar se estão elas preparadas para lidar com o atual mercado de trabalho,

com um Estado capturado por interesses comerciais, com uma comunicação social que esconde os seus interesses ou com plataformas digitais que representam o melhor e o pior da sociedade? Plataformas que parecem refletir “a ilusão do declínio moral”, o empobrecimento intelectual dos jovens, o cansaço dos mais velhos, o “desrespeito” social – e nada mais?

Os mais velhos exageram tanto o “próprio conhecimento sobre o mundo” quanto “o conhecimento da geração mais jovem sobre as novas tecnologias”. No entanto, “estas crianças de hoje - elas não são piores. São exatamente como éramos com aquela idade”, finaliza Breiner. Não é bom nem mau, é assim.

Migração para o metaverso: precisamos de direitos imersivos básicos garantidos

LOUIS B. ROSENBERG, PIONEIRO DA REALIDADE AUMENTADA

Nos próximos anos, os consumidores passarão uma parte significativa das suas vidas em mundos virtuais e aumentados. Essa **migração para o metaverso** pode ser uma transformação mágica, expandindo o que significa ser humano. Ou pode ser uma reviravolta profundamente opressiva que dá às corporações um controlo sem precedentes sobre a humanidade.

Eu não faço este aviso de forma leviana.

Sou defensor da realidade virtual e aumentada [RV e RA] há mais de 30 anos, comecei como investigador em Stanford, na NASA e na Força Aérea dos Estados Unidos e fundei várias empresas de RV e RA. Tendo sobrevivido a **vários ciclos de “hype”**, acredito que chegámos finalmente - o metaverso acontecerá e impactará significativamente a sociedade nos próximos cinco anos. Infelizmente, a falta de **proteções regulatórias** preocupa-me profundamente.

Isto porque os fornecedores do metaverso terão um poder sem precedentes para criar perfis e influenciar os seus utilizadores. Embora os consumidores estejam cientes de que as plataformas de media social rastreiam o que eles clicam e quem são os seus amigos, as plataformas do metaverso (virtuais e aumentadas) terão capacidades **muito mais profundas**, monitorizando onde os utilizadores vão, o que fazem, com quem estão, para o que olham e até quanto tempo

dura esse olhar. As plataformas também poderão rastrear a postura, marcha, expressões faciais, inflexões vocais e sinais vitais do utilizador.

A monitorização invasiva é uma **preocupação da privacidade**, mas os perigos aumentam muito quando consideramos que a publicidade direcionada no metaverso fará a transição da media plana para experiências imersivas que se tornarão indistinguíveis dos encontros reais.

Por estes motivos, é importante que os decisores políticos considerem o poder extremo que as plataformas do metaverso podem exercer sobre a sociedade e trabalhem para garantir um conjunto de “direitos imersivos” básicos. São necessárias muitas salvaguardas, mas como ponto de partida proponho as seguintes três proteções fundamentais:

1. O direito à autenticidade experiencial

O conteúdo promocional permeia os mundos físico e digital, mas a maioria dos adultos pode facilmente identificar anúncios publicitários. Isto permite que os indivíduos visualizem o material no contexto adequado - como mensagens pagas - e tenham um ceticismo saudável ao considerar essa informação. No metaverso, os anunciantes podem subverter a nossa capacidade de contextualizar as mensagens alterando subtilmente o mundo em nosso redor,

injetando **experiências promocionais direcionadas** e indistinguíveis de encontros reais.

Por exemplo, imagine andar na rua num mundo virtual ou **augmentado**. Repara num carro estacionado que nunca viu antes. Ao passar por ele, ouve o proprietário dizendo a um amigo o quanto ele gosta do carro, uma noção que sutilmente influencia o seu pensamento, consciente ou inconscientemente. O que não percebe é que o encontro foi totalmente promocional, colocado ali para que visse o carro e ouvisse a interação. Também foi direcionado - só você viu a mudança, escolhida com base no seu perfil e customizada para um máximo impacto, desde a cor do carro ao género, voz e roupas dos **personagens virtuais** usados.

Embora este tipo de publicidade encoberta possa parecer benigno, influenciando apenas opiniões sobre um carro novo, as mesmas ferramentas e técnicas podem ser usadas para gerar propaganda política, desinformação e mentiras descaradas. Para proteger os consumidores, táticas imersivas, como colocação de produtos virtuais e personagens virtuais, devem ser regulamentadas.

No mínimo, as regulações devem proteger o direito básico a experiências imersivas autênticas. Isso pode ser alcançado exigindo que os artefactos promocionais e as pessoas promocionais sejam visual e audivelmente distintas de uma forma aberta, permitindo que os utilizadores os percebam no contexto apropriado. Isso protegeria os consumidores de confundirem

experiências publicitariamente alteradas como autênticas.

2. O direito à privacidade emocional

Nós, humanos, desenvolvemos a capacidade de expressar emoções nos nossos rostos e nas nossas vozes, postura e gestos. É uma forma básica de comunicação que complementa a linguagem verbal. Recentemente, a aprendizagem por máquina permitiu que software **identifique emoções humanas** em tempo real a partir de rostos, vozes e postura e de sinais vitais, como frequência respiratória, frequência cardíaca e pressão sanguínea. Embora isso permita que os computadores se envolvam em linguagem não-verbal com humanos, pode-se facilmente cruzar a linha para violações predatórias da privacidade.

Isso porque os computadores podem detetar emoções a partir de pistas que não são perceptíveis aos humanos. Por exemplo, um observador humano não pode detectar facilmente a frequência cardíaca, a frequência respiratória e a pressão sanguínea, o que significa que essas pistas podem revelar emoções que o indivíduo observado não pretendia transmitir. Os computadores também podem detetar "**micro-expressões**" em rostos, expressões que são muito breves ou sutis para os humanos perceberem, revelando novamente emoções que o observado não previa. Os computadores podem até detetar emoções a partir de subtis **padrões de fluxo sanguíneo** em rostos humanos, que as pessoas não podem ver, revelando novamente emoções que não eram para ser expressas.

No mínimo, os consumidores devem ter o direito a não serem avaliados emocionalmente em níveis que excedam as capacidades humanas. Isso significa não permitir o uso de sinais vitais e de micro-expressões. Além disso, os reguladores devem considerar a proibição da análise emocional para **fins publicitários**. Pessoalmente, não quero ser o alvo de um agente de conversação orientado por IA que ajusta as suas táticas promocionais com base em emoções determinadas pela minha pressão arterial e frequência da respiração, as quais podem agora ser rastreadas por **tecnologias ao nível do consumidor**.

3. O direito à privacidade comportamental

Em ambos os mundos virtual e aumentado, o rastreamento de localização, postura, marcha e linha de visão é necessário para simular experiências imersivas. Embora sejam uma vasta informação, os dados são necessários apenas em tempo real. Não há necessidade de armazenar esta informação por períodos prolongados. Isto é importante porque os dados comportamentais armazenados podem ser usados para criar **perfis comportamentais detalhados** que documentam as ações diárias dos utilizadores com extrema granularidade.

Com a aprendizagem por máquina, esses dados podem ser usados para prever como os indivíduos vão agir e reagir numa ampla variedade de circunstâncias durante a sua vida diária. E como as plataformas terão a capacidade de alterar ambientes para fins persuasivos, os algoritmos preditivos

podem ser usados por patrocinadores pagantes para antecipadamente **manipular o comportamento do utilizador**.

Por estas razões, os decisores políticos devem considerar a proibição do armazenamento de dados imersivos ao longo do tempo, evitando assim que as plataformas gerem perfis comportamentais. Além disso, as plataformas de metaverso não devem ser autorizadas a correlacionar dados emocionais com dados comportamentais, pois isso permitia-lhes transmitir experiências promocionalmente alteradas que não apenas influenciam o que os utilizadores fazem em mundos imersivos, mas também manipulam habilmente como eles se sentem ao fazê-lo.

Os direitos imersivos são necessários e urgentes

O metaverso está a chegar. Embora muitos dos **impactos sejam positivos**, devemos proteger os consumidores contra os perigos com direitos imersivos básicos. Os decisores políticos devem considerar a garantia de direitos básicos em mundos imersivos. No mínimo, todos devem ter o direito a confiar na autenticidade das suas experiências sem se preocuparem com a possibilidade de terceiros alterarem o ambiente de forma publicitária sem o seu conhecimento e consentimento. Sem uma tal **regulamentação** básica, o metaverso pode não ser um local seguro ou confiável para ninguém.

Esteja ansioso pelo metaverso ou não, ele pode ser a mudança mais significativa

em como a sociedade interage com a informação desde a invenção da Internet. Não podemos esperar até que a indústria amadureça para colocar grades de proteção. Esperar demais pode impossibilitar desfazer os problemas, pois eles serão incorporados nas principais práticas de negócios das maiores plataformas.

[Publicado](#) originalmente na Venture Beat. Texto reproduzido com autorização do autor.

A proposta das operadoras de telecomunicações para forçar os sites a pagar-lhes coloca a Internet em risco

BARBARA VAN SCHEWICK

O principal regulador das telecomunicações europeias deu um forte golpe nas maiores empresas de telecomunicações da Europa num [relatório](#) divulgado em outubro, não encontrando «nenhuma prova» para justificar a proposta das grandes empresas de banda larga como a Deutsche Telekom e a Orange para forçarem sites e aplicações [apps] a pagar-lhes.

O relatório foi divulgado após funcionários da Comissão Europeia apresentarem no início deste ano uma [proposta](#) da European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO), a organização de lobby das grandes telecomunicações europeias, para exigir que os serviços online paguem umas inéditas taxas de terminação [ou, como são denominadas nos EUA, “taxas de acesso”] aos fornecedores de banda larga (ISPs). Isso teria levado a mudanças drásticas no ecossistema da Internet na Europa, sem consultar agências especializadas ou o público.

Após protestos públicos e cartas de preocupação de [sete estados membros](#), [54 membros do Parlamento Europeu](#) e 34 grupos da sociedade civil, a [Comissão adiou considerar a proposta](#). Isso deu ao Body of European Regulators for Electronic Communications (BEREC), a agência especializada em telecomunicações da UE, tempo para concluir o estudo da proposta.

Agora, o BEREC apresentou o [relatório](#) e

descobriu inequivocamente que a proposta é desnecessária e “pode causar danos significativos ao ecossistema da Internet”.

Esta dura crítica dos principais especialistas da UE é um severo golpe na última tentativa dos grandes ISPs de forçarem sites e apps a pagar-lhes além do que já é remunerado pelos seus clientes pelo mesmo serviço.

Porque emitiu o BEREC este relatório e o que propõe a ETNO

O BEREC é a agência especialista em telecomunicações da UE e consiste nos reguladores nacionais de telecomunicações de toda a UE. Quando os funcionários da Comissão anunciaram que estavam a considerar a proposta da ETNO de exigir taxas de terminação, o BEREC começou a trabalhar numa série de relatórios, o primeiro dos quais foi divulgado em outubro passado.

A ETNO quer que a UE force os sites a pagar aos ISPs pelo tráfego que os clientes desses ISPs solicitam dos sites. Essas taxas de terminação exigiriam que sites e apps pagassem aos ISPs europeus para não serem impedidos de servir os clientes de um ISP. Assim, embora os ISPs já sejam pagos pelos seus clientes para se ligarem à Internet, os ISPs querem ser novamente pagos pelos sites e apps que os seus clientes usam.

Nem a ETNO nem a Comissão divulgaram detalhes sobre como os pagamentos mandatórios funcionariam, incluindo quanto os ISPs poderiam exigir; quem mede a quantidade do tráfego; como o tráfego cifrado é identificado; quais sites, apps e serviços de infraestrutura precisariam de pagar; ou o que acontece com sites ou serviços que não podem pagar as taxas. Mesmo que a Comissão tentasse limitar as taxas às grandes empresas de tecnologia americanas, milhares de empresas europeias seriam involuntariamente induzidas a usar redes de entrega de conteúdo e serviços em nuvem dessas empresas.

Sem detalhes das políticas concretas da Comissão, o relatório do BEREC simplesmente examina os pressupostos subjacentes à proposta da ETNO. O BEREC observa que a ETNO queria que a União Internacional de Telecomunicações (ITU) adotasse uma proposta semelhante em 2012, mas o BEREC, a UE e, finalmente, a ITU rejeitaram a ideia nessa altura.

No seu novo relatório, o BEREC conclui que o raciocínio da ETNO tem agora as mesmas falhas que tinha há mais de uma década - e nada mudou no ecossistema da Internet que justifique a adoção hoje dessa política perigosa e desnecessária.

BEREC analisa as falhas uma a uma

Falha #1: os clientes dos ISPs originam tráfego, não os sites e as apps

A ETNO afirma que os fornecedores de conteúdo geram tráfego de dados nas redes dos ISPs pelo qual deveriam pagar.

O BEREC explica que o tráfego na rede de um ISP é causado pelos clientes desse ISP, não pelos serviços online. O YouTube não envia vídeos de gatos aleatoriamente a clientes de Internet de um ISP. Em vez disso, o tráfego de vídeo do gato é causado pelos clientes do ISP que clicam no vídeo do gato, e os ISPs já são compensados por esses clientes por transportar o vídeo e tudo o resto que os seus clientes acedem online; é isso que as pessoas pagam na assinatura da Internet.

Falha #2: a Internet funciona muito bem sem grandes regulamentações governamentais, e a obrigatoriedade de taxas de terminação exigiria um aumento significativo na regulamentação.

O BEREC nota que o serviço de acesso à Internet tornou-se, ao longo dos anos, mais rápido, barato e amplamente disponível e credita as condições regulatórias favoráveis a esses benefícios. Com regulamentação limitada do governo sobre a transferência de dados online, o mercado livre permite que os serviços online impulsionem a procura por uma banda larga melhor e mais rápida, e uma tecnologia melhor torna mais barato construir redes de banda larga mais rápidas e mais amplas.

O governo nunca esteve perto de exigir pagamentos deste tipo; fazer isso agora corre o risco de prejudicar o ambiente que permitiu à Internet prosperar.

O BEREC adverte que a obrigatoriedade de taxas de terminação criaria novos problemas que exigiriam ainda mais regulamentação. Isto porque qualquer fornecedor de banda larga tem o monopólio do acesso aos seus clientes: a única forma

de a Netflix enviar um vídeo para um assinante da Deutsche Telekom é através da Deutsche Telekom.

Este monopólio da terminação permitiria que os ISPs cobrassem taxas monopolistas aos serviços online, a serem pagas pelas pessoas e empresas europeias que usam esses serviços online. Evitar os preços predatórios resultantes do monopólio da terminação dos ISPs exigirá alguma autoridade regulatória para regular os valores dessas taxas. E, como enfatiza o BEREC, esse aumento da regulamentação pode prejudicar ainda mais a estrutura existente que permitiu que a Internet prosperasse nas últimas duas décadas.

Falha #3: os custos dos ISPs não são sensíveis ao tráfego.

O BEREC rejeita uma suposição fundamental no argumento da ETNO: que “um aumento no tráfego se traduz diretamente em custos mais altos”.

Em vez disso, o BEREC observa que, em geral, “os custos das infraestruturas da rede IP não são muito sensíveis ao tráfego”. Por outras palavras, os custos de um ISP não aumentam muito quando os seus assinantes usam mais dados. Os dados são diferentes da água ou da eletricidade: o custo adicional de enviar mais dados por um mesmo cabo é insignificante. Isso é especialmente verdadeiro para as redes de fibra ótica, que podem lidar com muito mais tráfego do que o inicialmente instalado.

Mas se os custos da rede de um ISP não mudam muito quando os seus clientes usam

mais dados, não há qualquer razão para o ISP receber uma compensação adicional dos serviços online que os seus clientes estão a usar, como aponta o BEREC.

Falha #4: sites e apps não são “boleias” e gastam milhões de euros em infraestrutura da Internet

Segundo o BEREC, a alegação da ETNO de que os serviços online não estão a pagar a sua “quota parte” foca-se muito estreitamente nas redes de acesso, em vez de considerar todo o ecossistema da Internet.

Os serviços online investem muito dinheiro na criação do seu próprio conteúdo. Eles gastam milhões de dólares todos os anos construindo infraestrutura da Internet e transportando o seu conteúdo diretamente para as portas dos ISPs. A partir daí, os ISPs entregam o conteúdo aos clientes do serviço de Internet que o solicitaram. Os clientes de um ISP pagam a esse ISP para transportar os seus dados de e para a Internet, e as suas assinaturas também cobrem os custos de construção e atualização da rede do ISP.

Como o BEREC clarifica: “Não há provas de que os custos de rede das operadoras não sejam totalmente cobertos e pagos na cadeia de valor da Internet. [...] Não há provas de ‘boleia’”.

O BEREC aponta que a expansão dos serviços online e o crescimento do tráfego são bons para os fornecedores de banda larga: motivam as pessoas a comprar planos de Internet mais caros com velocidades mais rápidas e limites

de dados mais elevados, o que aumenta os lucros desses ISPs. E isso dá-lhes o dinheiro e a base de clientes para construir uma infraestrutura ainda melhor.

Em última análise, BEREC considera injustificada a proposta da ETNO

O BEREC conclui o seu relatório com uma nota inequívoca: “O BEREC não encontrou nenhuma evidência de que tal mecanismo seja justificado dado o estado atual do mercado. O BEREC acredita que a proposta dos membros da ETNO pode apresentar vários riscos para o ecossistema da Internet”.

É assim que os reguladores dizem gentilmente: “Esta é uma ideia terrível sem justificação e que provavelmente prejudicaria o sistema de telecomunicações mais bem-sucedido alguma vez inventado”.

A Comissão Europeia disse que [planeia conduzir algum tipo de consulta](#) sobre a proposta da ETNO em 2023, mas não houve nenhuma declaração oficial sobre se [cidadãos, académicos e ONGs podem participar](#).

De qualquer forma, após as conclusões inabaláveis do relatório do BEREC, será certamente mais difícil aos ISPs promoverem mudanças na Internet europeia baseadas em suposições falhadas e egoístas e que prejudicariam gravemente os utilizadores europeus da Internet, sem a menor garantia de que fariam algo melhor.

Só se pode esperar que a Comissão Europeia comece a ouvir os seus especialistas, em

vez dos especialistas que trabalham para os grandes ISPs.

[Artigo original](#) publicado pelo Center for Internet and Society da Stanford Law School (CC).

Tempos de hibridização

JOAQUIM FIDALGO, JORNALISTA/PROFESSOR DE JORNALISMO

Se há tendência que deverá caracterizar a evolução dos media nos próximos anos, e em particular a dos media informativos, é a da hibridização, da miscigenação, da fusão, seja no que toca a lógicas de criação, seja no que respeita a produtos, a formatos ou a linguagens.

Amalgamar em vez de diferenciar, misturar em vez de autonomizar, confundir em vez de distinguir, é uma linha de força que marca crescentemente a atividade dos media e que foi potenciada pelos desenvolvimentos tecnológicos associados à digitalização. Tornou-se muito mais fácil juntar o que antes costumava andar separado (por exemplo, palavra escrita, som, imagem, vídeo, infografia) e isso não se ficou apenas pelo plano das técnicas ou dos suportes; pelo contrário, contagiou também as mensagens, os produtos e serviços canalizados pelos media.

Durante décadas, o jornalismo foi procurando afirmar-se como uma atividade própria, autónoma, com os seus princípios e valores específicos, com determinados padrões profissionais, com uma lógica de serviço público desinteressado (mesmo que praticado em contextos empresariais e de mercado). Nos inícios, precisou de se diferenciar dos meandros da propaganda política, que era aquilo para que serviam os jornais, domínio exclusivo da opinião, do comentário, da polémica partidária e da doutrinação. Precisou também de deixar para lugar próprio a ficção e a criação

literária que ocupavam tanta página de jornal e de algum modo sugeriam que o jornalista era (queria ser) sobretudo um escritor, um artista, em vez de um artífice da informação sobre a atualidade. Chegada a época da imprensa industrial e do mercado das notícias em meios de comunicação de massas - ou seja, o tempo dos jornais mais parecidos com os que temos hoje em dia -, precisou também de não se deixar confundir, nem de perto nem de longe, com os interesses comerciais que o seduziam e lhe montavam cerco. A “regra de ouro” da separação entre a área editorial e a área comercial, não permitindo que as mensagens publicitárias se confundissem com os conteúdos informativos, mostrou-se essencial para credibilizar o jornalismo e o legitimar enquanto atividade de grande valor (e responsabilidade) social, voltado para o serviço dos cidadãos como um todo e não para o interesse de apenas alguns.

Um lugar para o jornalismo, um lugar para a publicidade, um lugar para as relações públicas e o “marketing”, um lugar para a ficção, um lugar para a propaganda, um lugar para o entretenimento: é esta arrumação, razoavelmente estabilizada e transparente, de disciplinas ligadas à comunicação no espaço público que nos últimos anos se tem diluído e promete continuar a diluir-se ainda mais. As tecnologias digitais e a sua generalização facilitam estes propósitos de mistura e cruzamento, tanto de domínios como de linguagens, mas não é só de técnicas que

se trata; é também de mudança de padrões de comportamento, de propósitos de inovação e de necessidades (ou vontades) de negócio.

Sinal visível desta crescente mistura do que antes costumava andar separado são as próprias palavras híbridas que se vão criando para dizer as novas realidades. “Infotainment”, por exemplo. Ou “advertorials” (as “publireportagens” à portuguesa). Ou “factions”. E tudo num contexto em que somos todos cada vez mais “producers” ou “prosumers” e “netizens”. Tudo mais misturado do que arrumado em quadrículas individuais. Tudo uma coisa, mas também outra.

Veja-se, por exemplo, no que se foi tornando o serviço de notícias do “prime time” das televisões comerciais portuguesas (o “Jornal da Noite” ou o “Jornal das 8”). Prolongando-se atualmente por cerca de duas horas, são uma espantosa miscelânea de notícias para informar e notícias para entreter (“soft news”), com autopromoções pelo meio, reportagens de atualidade seguidas de “fait-divers” a rodos, muitas peças da área a que agora se chama de “lifestyle” (um passeio turístico, um restaurante, um hotel, um novo “gadget”...), e tudo isto embrulhado num alinhamento muito peculiar, cujo propósito é prender e surpreender a cada minuto os mais diversos espetadores, dando-lhes uma espécie de magazine onde cabe quase tudo. Um exemplo acabado de produto híbrido, que é também sinal deste tempo.

As tendências de miscigenação na generalidade dos media também têm,

naturalmente, os seus aspetos positivos. A redação de um jornal, de uma rádio ou de uma televisão, que costumava ser exclusivamente povoada por jornalistas, vai sendo agora – e será cada vez mais no futuro – um espaço de coexistência e colaboração de múltiplas disciplinas e de variados profissionais. Ao lado de quem produz informação em texto ou imagem sentam-se, agora, especialistas de informática e de tratamento de dados, programadores, designers gráficos, infografistas e animadores digitais, gente de tecnologias multimédia, etc. “Jornalismo de dados”, “jornalismo imersivo”, “realidade aumentada”, “inteligência artificial”, são domínios inovadores que marcam cada vez mais a atividade dos meios de comunicação, requerendo crescentemente a convergência e o trabalho em cooperação de múltiplas áreas de especialidade que acrescentam ao jornalismo tradicional e lhe dão novos rostos e novos rumos. O jornalismo, tal como hoje se pratica e se requer, já não é um assunto exclusivo dos jornalistas.

Há, no entanto, outros exemplos de mistura e hibridização que se multiplicam igualmente a grande velocidade, mas que arriscam prejudicar o jornalismo mais do que valorizá-lo. A crescente porosidade das fronteiras que deviam separar a área comercial (o espaço da publicidade) da área editorial (o espaço das notícias) tem dado lugar a uma multiplicidade de produtos e serviços que dificilmente nos permitem saber se estamos perante informação de interesse público ou anúncio de interesse privado. Os chamados “conteúdos patrocinados” (e práticas de

lógica semelhante, como as de “content marketing”, de “brand journalism”, de “native advertising”) jogam precisamente nessa ambiguidade, ao utilizarem géneros e formatos característicos do jornalismo para promoverem a venda de determinados produtos, de modo que quem lê ou vê fica com a impressão de que está perante uma notícia ou uma reportagem genuína, quando em boa verdade está a receber uma mensagem publicitária que foi paga para ser publicada assim. Difundir um anúncio que não parece um anúncio é o propósito. Aproveitar o prestígio e a boa reputação do jornalismo para “embrulhar” mensagens comerciais e disfarçá-las é o móbil. Mesmo que haja (como a lei determina) algum tipo de sinalética e de mancha gráfica que informe os públicos de que o que estão a ler/ver é do domínio do comercial, e não do editorial, a verdade é que esta exigência acaba por ser frequentemente incumprida – sendo certo que não falta quem não consiga, mesmo assim, distinguir o que é jornalismo do que é publicidade. Afinal, é isso mesmo que pretende quem trilha estes caminhos de hibridização das mensagens. No que toca ao jornalismo, porém, crescem os receios de que esta miscigenação pouco transparente mine a sua credibilidade já algo periclitante e prejudique a relação de confiança que ele precisa seriamente de estabelecer com o público.

Esta tendência foi muito potenciada pelas dramáticas quebras de receita publicitária que todos os meios de comunicação sofreram nos últimos anos. Com a publicidade tradicional a transferir-se em peso para as grandes plataformas tecnológicas, os media viram tremer o

seu modelo de negócio tradicional e foram obrigados a encontrar vias alternativas de viabilização económico-financeira. Os “conteúdos patrocinados”, cada vez mais populares entre as empresas que gostam de anunciar em jornais, rádios, televisões e “sites”, têm sido uma das hipóteses preferidas. E é de presumir que continuem a ser, uma vez que a questão da viabilidade das empresas jornalísticas, sobretudo num pequeno país como Portugal, e num tempo marcado pela digitalização e pela Internet, é um tema sério que não vai sair da ordem do dia.

Uma coisa é igualmente certa: vai intensificar-se o debate sobre se estas tendências de aproximação entre conteúdos editoriais e conteúdos promocionais são algo de pernicioso que deve ser combatido ou se, pelo contrário, são algo de incontornável que deve ser integrado nos novos modos de fazer (e de entender, e de viabilizar) o jornalismo [Contributos valiosos para este debate podem ser encontrados na publicação de 2020 do Obercom, “[Impacto do branding e conteúdos patrocinados no jornalismo](#)”].

A multiplicidade de novos atores neste campo, a diversidade infinda de potencialidades técnicas, a pressão para o explorar de soluções mais eficazes num mundo saturado de comunicação, a progressiva interpenetração de disciplinas neste domínio, tudo isso contribui para tornar difícil a manutenção de (ou o regresso a) um modelo de informação jornalística muito balizado por “quadrículas” isoladas e independentes. Mesmo no que toca aos profissionais do jornalismo e às suas

crescentes dificuldades de emprego, são cada vez mais as vozes a sugerir que eles possam utilizar o seu saber e o seu saber-fazer para trabalharem noutros domínios da comunicação, sem que com isso ponham necessariamente em causa os princípios por que se rege um jornalista. É mais um tema candente, polémico, que nos próximos anos vai decerto alimentar debates no seio de profissionais, de académicos, de reguladores e... dos cidadãos.

Há, no mundo dos media, um evidente apelo no sentido da hibridização, da mistura, da amálgama – nalguns casos por boas razões, noutros casos por razões de mal menor, noutros ainda por simples aproveitamento oportunista. Há também o perigo de que os valores tipicamente associados ao jornalismo enquanto bem público e desinteressado, posto ao serviço dos cidadãos, se diluam no magma multiforme da avalanche comunicativa que nos cerca por todos os lados e com as mais variadas estratégias para nos prender a atenção (ou para nos apanhar desprevenidos...). Mudanças múltiplas estão em curso – e muitas delas passam por aqui.

Proteger os conteúdos de media nas plataformas de media social

A abordagem tendenciosa do Regulamento Liberdade dos Meios de Comunicação Social (EMFA)

JOAN BARATA

A 4 de outubro de 2022, o Conselho Europeu aprovou a versão final da [Lei de Serviços Digitais \(DSA\)](#). A DSA é, sem dúvida, uma proposta marcante e única no campo da regulação de plataformas online. Enquanto legislação horizontal, a DSA estabelece um enquadramento geral para a prestação de serviços online após a adoção de um conjunto de normas mais específicas, nomeadamente a Diretiva de Direitos de Autor, a Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual, ou o Regulamento sobre Conteúdos Terroristas Online, entre outros.

O fluxo de propostas legislativas não pára por aqui. A 16 de setembro de 2022, a Comissão Europeia divulgou uma proposta de regulamento que estabelece um quadro comum para os serviços de comunicação social no mercado interno, também conhecido como Regulamento Liberdade dos Meios de Comunicação Social [tradução de European Media Freedom Act ou EMFA].

Esta é uma proposta muito especial, uma vez que visa abordar a nível da UE questões fundamentais relacionadas com o exercício do direito à liberdade de expressão pelos meios de comunicação e organizações de comunicação social.

Até ao momento, a interpretação legal prevalecente remetia estas questões para as respetivas disposições constitucionais, legais e regulamentares a nível nacional.

A proposta do EMFA inclui salvaguardas contra a interferência política nas decisões editoriais e contra a vigilância. Também aborda as questões da independência e financiamento estável dos meios de comunicação de serviço público, bem como a transparência da propriedade dos meios de comunicação e da alocação de publicidade estatal. Uma ferramenta fundamental introduzida pelo EMFA é o aumento da cooperação e convergência regulatória por meio de ferramentas de coordenação transfronteiriça e pareceres e diretrizes ao nível da UE.

Para além destes princípios gerais, o EMFA inclui ainda um conjunto de disposições que visam os serviços online e estabelecem obrigações adicionais e poderes regulamentares neste domínio. Este texto incidirá sobre estas áreas específicas, nomeadamente no que se refere às novas obrigações sobre a presença de conteúdos multimédia em plataformas online de grande dimensão (“very large online platforms” ou VLOPs).

Este artigo apresentará como essas disposições não apenas criam sérios problemas de interpretação e forçam os fornecedores de serviços online a envolverem-se em avaliações extremamente complexas, mas também estabelecem diferenciações arbitrárias e injustificadas entre categorias protegidas de discurso.

O que é media?

Na sua definição de “media”, o objetivo do legislador parece ter sido o de promulgar uma definição limitada e relativamente certa de serviços de media.

O EMFA adota injustificadamente uma definição limitada de serviços de media que, de facto, não está alinhada com os padrões internacionais e regionais de direitos humanos aplicáveis nem justificada de uma perspetiva da comunicação ou jornalística. Essa definição pode, além disso, ser considerada discriminatória, pois tem como consequência excluir certas formas de media e atividade jornalística de importantes proteções contempladas no projeto, inclusive em relação a interferências na liberdade editorial decorrentes de detenção, sanção, intercetação e vigilância ou divulgação forçada de fontes.

O artigo 1.º do projeto do EMFA define os meios de comunicação como um serviço cujo objetivo principal consiste em “fornecer programas ou publicações de imprensa ao público em geral, por qualquer meio, com o objetivo de informar, entreter ou educar, sob a responsabilidade editorial de um fornecedor de serviços de comunicação social”.

A noção de “programa” é definida pela proposta como “um conjunto de imagens ou sons em movimento que constituem um item individual, independentemente da sua extensão, dentro de uma programação ou catálogo estabelecido por um fornecedor de serviços de media”, enquanto as

publicações de imprensa precisam de ser entendidas como “uma coleção composta principalmente por obras literárias de natureza jornalística, mas que também pode incluir outras obras ou outros assuntos”.

Esta última definição é retirada do Artigo 2.4 da Diretiva dos Direitos de Autor. Assim, o esboço do EMFA centra-se numa noção “tradicional” de publicações de imprensa, ou seja, aquelas visadas por agregadores de notícias ou serviços de monitorização de media, e que atualmente enfrentam problemas no licenciamento da utilização online das suas publicações.

No entanto, a noção de serviços de media é muito mais ampla, conforme estabelecido pelo Comité de Direitos Humanos das Nações Unidas no seu [Comentário Geral nº 34](#). Por isso, o [Comité de Ministros do Conselho da Europa](#) também recomendou “adotar uma nova e ampla noção de media que engloba todos os atores envolvidos na produção e disseminação, para um número potencialmente grande de pessoas, de conteúdo”.

Apesar da noção “tradicional” de publicações de imprensa, o EMFA confunde conceitos, melhor sintetizados no Considerando 8. Afirma que no ambiente digital “fornecedores de plataformas de partilha de vídeo [i.e., serviços como o YouTube] ou plataformas online muito grandes [por exemplo, Facebook Watch] podem ser enquadrados na definição de fornecedor de serviços de media”, devido ao papel que desempenham na “organização de conteúdo, inclusive por

meios automatizados ou algoritmos”. Isto leva o legislador a afirmar que “no ambiente mediático cada vez mais convergente, alguns fornecedores de plataformas de partilha de vídeos ou plataformas online muito grandes passaram a exercer controlo editorial sobre uma seção ou seções dos seus serviços. Portanto, tal entidade pode ser qualificada tanto como fornecedora de plataformas de partilha de vídeo ou como fornecedora de plataformas online de grande porte e como fornecedora de serviços de media”.

Se tomássemos esta linguagem de forma literal, ela introduziria uma mudança completa do atual quadro conceptual estabelecido pela Diretiva sobre o Comércio Eletrónico, pela jurisprudência do Tribunal de Justiça e até pela DSA recentemente adotada. As práticas de moderação de conteúdo podem ser consideradas uma forma de exercício de responsabilidade editorial e, portanto, pelo menos certos tipos de serviços online seriam serviços de media “tradicionais”. No entanto, este considerando parece mais uma declaração aspiracional ou talvez um convite para novas alterações nesse sentido do que uma determinação legal real.

Em qualquer caso, o exercício de controlo editorial de alguns utilizadores de plataformas de partilha de vídeo (VSP, de “video sharing platforms”) sobre uma seção ou seções desses serviços não significa que “uma entidade possa ser qualificada tanto como fornecedora de plataformas de partilha de vídeo ou como fornecedora de plataformas online de grande porte e como fornecedora de serviços de media”.

A legislação da UE regula serviços, não entidades. Quando um serviço audiovisual é prestado através de uma VSP, esta atividade específica é regulada pela Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual, devendo obviamente ser dissociada, legal e tecnicamente, do serviço prestado pela plataforma que funciona como mero intermediário.

Tratamento privilegiado de conteúdo de fornecedores de serviços de media em VLOPs

Uma nova questão incluída no EMFA refere-se à moderação de “conteúdos mediáticos” por plataformas online. Os sistemas legais mais relevantes do mundo (incluindo a União Europeia) incentivam a moderação de conteúdo por plataformas, garantindo que elas não sejam penalizadas por medidas de boa fé contra conteúdos ilegais ou outras formas de conteúdo inapropriado. Dispositivos legais, incluindo o DSA, protegem a capacidade das plataformas de decidir como organizar, priorizar, rebaixar ou simplesmente eliminar conteúdo em diferentes dimensões.

O EMFA parece tentar ligar o exercício da responsabilidade editorial pelos fornecedores de conteúdo de media com o gozo de condições específicas para a moderação de conteúdo online por parte das plataformas online. No entanto, esta opção parece até agora pouco justificada e baseada em critérios muito vagos e problemáticos.

De acordo com o artigo 17º do EMFA, os VLOPs devem fornecer uma funcionalidade

que permita aos fornecedores de serviços de comunicação social declarar o seu estatuto de acordo com a definição incluída no projeto. Os fornecedores de serviços de comunicação social devem provar que são “editorialmente independentes dos Estados-Membros e de países terceiros” e que estão “sujeitos a requisitos regulamentares para o exercício da responsabilidade editorial num ou mais Estados-Membros, ou aderem [...] a um mecanismo co-regulatório ou autorregulatório que rege os padrões editoriais”.

Desde que esses requisitos cumulativos sejam atendidos, são concedidos aos fornecedores de serviços de media dois privilégios principais:

1. Quando um VLOP decide suspender a prestação dos seus serviços a um fornecedor de serviços de media com base que o conteúdo publicado era incompatível com os termos e condições do VLOP, deve comunicar ao fornecedor de serviços de media em causa uma exposição dos motivos “antes da suspensão entrar em vigor”. Além disso, as reclamações dos fornecedores de serviços de media devem ser “processadas e decididas com prioridade e sem demora injustificada”.

2. Sempre que um prestador de serviços de media “considere” que um VLOP restringe ou suspende frequentemente a prestação dos seus serviços sem justificação suficiente, o VLOP deve “encetar um diálogo significativo e eficaz com o fornecedor de serviços de media, a seu pedido, de boa fé para encontrar uma solução amigável para acabar com restrições ou suspensões injustificadas e evitá-las no futuro”.

Estas disposições são problemáticas com

base numa série de considerações legais.

Serviços de media designados

A seção anterior já elaborou a definição muito limitada do esboço do EMFA de fornecedores de serviços de media e as razões para essa escolha. A arbitrariedade e o caráter discriminatório dessa limitação tornam-se particularmente claros à luz do Artigo 17º. É razoável aceitar, por exemplo, que um texto numa media social por uma emissora comercial ou pública possa receber um tratamento mais cauteloso, quando se trata de possíveis restrições ou suspensões, do que o conteúdo postado por uma grande organização de direitos humanos denunciando possíveis crimes contra a humanidade?

Independência editorial dos Estados-membros e países terceiros

O primeiro critério e conceito de independência editorial não é definido por lei, incluindo no EMFA. Além disso, tanto do ponto de vista teórico quanto prático, os fatores que podem afetar a independência editorial são extremamente diversos, dependendo das condições do espaço mediático concreto em análise, bem como da natureza pública ou privada (comercial) dos media.

No que diz respeito aos media de serviço público, a independência editorial está normalmente sujeita ao cumprimento de vários indicadores complexos. Várias instituições europeias ofereceram orientação, por exemplo, a União Europeia de Radiodifusão emitiu uma série de

Princípios de Governança e o Conselho da Europa adotou um número significativo de **normas**. A nível da UE, alguns indicadores relevantes podem ser encontrados no Protocolo anexo ao **Tratado de Amesterdão**, bem como na **Comunicação da Comissão sobre a aplicação das regras dos auxílios estatais ao serviço público de radiodifusão**. Dito isto, mesmo no contexto limitado da UE, a avaliação da independência real dos media públicos torna-se cada vez mais complexa e controversa em alguns países, como mostra uma **publicação** do Observatório Europeu do Audiovisual.

Em relação à media privada/comercial, a atual independência editorial não se relaciona apenas com fatores legais e políticos, mas também a outras circunstâncias, incluindo suporte financeiro, modelos de negócios e de receitas e integração vertical ou horizontal. Estes fatores podem ser encontrados na recente **Recomendação do Comité de Ministros do Conselho da Europa aos Estados-membros sobre princípios de governança de media e comunicação**.

Em suma, avaliar a independência editorial dos meios de comunicação na UE é uma tarefa extremamente complexa, uma vez que a independência editorial dos media públicos e privados será sempre relativa. Permanece sem resposta que grau de independência é suficiente para os propósitos do EMFA. Parece, assim, que o EMFA contempla um requisito quase impossível de avaliar de forma adequada e consistente pelos VLOPs na implementação das disposições incluídas no artigo 17º. Sujeição a requisitos regulatórios ou

adesão a mecanismos co-regulatórios e autorregulatórios.

O segundo critério para os prestadores de serviços de media beneficiarem do regime previsto no artigo 17º é que estejam sujeitos a “requisitos regulamentares para o exercício da responsabilidade editorial num ou mais Estados-Membros”. Este requisito vago deve ser avaliado, novamente, pelos VLOPs mediante declaração dos fornecedores de serviços de media. Definir se um quadro jurídico nacional complexo e diversificado é propício à responsabilidade editorial exigiria uma análise aprofundada de uma perspetiva da comunicação, jurídica e económica. Considerando a natureza complexa dessa avaliação, também seria razoável esperar que diferentes conclusões fossem adotadas por diferentes VLOPs aplicando o Artigo 17º. Portanto, a falta de segurança jurídica é total nesta área.

As mesmas preocupações aplicam-se também ao requisito de adesão a mecanismos de autorregulação ou co-regulação “amplamente reconhecidos” num ou mais Estados-Membros. Por exemplo, o **Media Pluralism Monitor** lançado em 2021 pelo Center for Media Pluralism and Media Freedom conclui que a liberdade de jornalistas e editores de tomar decisões sem interferência (seja dos proprietários da publicação ou de pressão política externa) está em risco em 26 dos 32 países europeus analisados e em elevado risco em 14 países. Além disso, apenas seis países são considerados como tendo uma autorregulação jornalística eficaz: Alemanha, Bélgica, Dinamarca, Estónia, Holanda e Suécia. Mais uma

vez, considerando a situação precária de autorregulação e co-regulação na maioria dos países da UE, avaliar de forma justa quando um sistema é “amplamente reconhecido e aceite no setor da media relevante” torna-se uma tarefa muito delicada. Além disso, o facto de um sistema autorregulatório ser amplamente aceite não garante a sua independência ou qualidade.

Natureza dos privilégios concedidos aos fornecedores dos serviços de media

Se os fornecedores de serviços de media atenderem às condições acima referidas, eles podem esperar dois tipos de privilégios.

Em primeiro lugar, antes da suspensão da prestação de serviços, o VLOP deve apresentar uma fundamentação prévia das razões. Uma vez que eventuais queixas ou recursos por parte das empresas de media devem ser “processados e decididos com prioridade e sem demora injustificada”, esta disposição parece conceder algo próximo de um **privilégio “must-carry”** ou, pelo menos, limitar a duração de uma supressão (“takedown”), até que seja tomada uma decisão final pelo fornecedor de serviços online. Mais uma vez, isso representa uma clara diferença de tratamento em relação a outros conteúdos de media, que não teriam tal proteção.

Esta discussão tem algumas ligações com o debate mais amplo sobre a denominada (e por fim não aceite) **isenção de media** durante a elaboração do DSA. O principal argumento a favor foi que o setor dos media é legalmente responsável pelo que

publica, portanto, não deve estar sujeito ao controlo editorial de plataformas online que decidem unilateralmente os seus termos e condições. Esta posição mistura dois elementos distintos: a responsabilidade editorial das publicações no respeito pela legislação aplicável, bem como pelas normas profissionais e éticas, por um lado, e o papel das plataformas online na definição e aplicação de políticas de conteúdos (estimuladas por diferentes partes interessadas, incluindo governos e reguladores) para evitar danos, promover a civilidade e proteger os utilizadores ao envolverem-se em conversas e interações mútuas, por outro. O cumprimento de um aspeto não garante necessariamente o alinhamento com o outro.

Em segundo lugar, e como já referido, sempre que um prestador de serviços de media “considere” que um VLOP restringe ou suspende frequentemente a prestação dos seus serviços sem fundamentação suficiente, o VLOP deve “encetar um diálogo significativo e eficaz [...] para encontrar uma solução amigável para acabar com restrições ou suspensões injustificadas e evitá-las no futuro”. nenhuns detalhes são fornecidos sobre a natureza e o escopo de tais soluções amigáveis. A disposição também parece presumir que restrições ou suspensões frequentes seriam injustificadas per se e, portanto, deveriam ser evitadas pelas plataformas.

As propostas “must-carry” atualmente em discussão nos Estados Unidos

As discussões sobre o tratamento privilegiado imposto por regulamentações

a oradores “especiais” nos Estados Unidos desencadearam discussões políticas e litígios interessantes. Nesses casos, as plataformas podem estar a enfrentar uma obrigação real de não mexerem em certas categorias de conteúdos, perdendo assim a capacidade de moderar o conteúdo nessas áreas. Estas disposições diferem da abordagem mais ligeira que se encontra no Artigo 17º do EMFA.

As tentativas nos Estados Unidos surgiram particularmente das fileiras republicanas e foram desencadeadas pela suspensão do presidente Trump e pela reivindicação política mais ampla de que as plataformas tendem a restringir as visões “conservadoras”.

Em 2021, o governador da Flórida assinou o [Act SB 7072 sobre plataformas de media social](#), exigindo que as empresas usem os mesmos critérios nas suas plataformas ao decidir remover um conteúdo ou remover uma conta e proibindo-as de remover a conta de qualquer “empresa jornalística” ou candidato político na Flórida. O Tribunal de Recursos dos EUA para o 11º Circuito [considerou](#) que a lei violava o direito da Primeira Emenda das empresas de media social de decidir que discurso é expresso nas suas plataformas. Agora, há uma petição pendente no Supremo Tribunal para restabelecer a lei.

Uma [legislação](#) semelhante também foi adotada no Texas, proibindo grandes empresas de media social de proibir conteúdos de utilizadores com base nos seus pontos de vista políticos. Nesse

caso, o Tribunal de Recursos do 5º Circuito dos EUA [manteve](#) a lei, rejeitando assim pela primeira vez na jurisprudência dos EUA o argumento (apresentado pelos demandantes como no caso da Flórida) de que as empresas da Internet têm um direito à Primeira Emenda de cuidar do conteúdo publicados nas suas plataformas.

Além do mencionado argumento da Primeira Emenda, autores como Daphne Keller [criticaram](#) este tipo de leis, pois parecem basear-se no princípio de tirar o controlo das empresas privadas sobre o discurso e impor regras definidas pelo governo. Em particular, tais leis subdividiriam realmente o discurso legal em categorias legalmente favorecidas e desfavorecidas.

Portanto, segundo esta autora, as plataformas são pressionadas a fazer julgamentos sujeitos a novas regras definidas pelo Estado na ausência de um juiz capaz e independente. Nem os tribunais nem os órgãos governamentais estão preparados para supervisionar um dilúvio de disputas decorrentes da imprecisão das disposições legais mencionadas, muito menos fazê-lo enquanto fornecem um processo constitucionalmente adequado.

O mesmo ocorre na Europa. Uma opção possível consistiria, é claro, em atribuir poderes a um regulador nacional de media. No entanto, tal entidade não seria capaz de resolver toda e qualquer disputa individual, o que efetivamente deixa as plataformas como os árbitros finais de quaisquer novas regras de discurso impostas pelo Estado. Fecha-se assim o círculo para o EMFA, e os

problemas acima enunciados inerentes a uma abordagem que privilegia a avaliação de plataformas.

Conclusão

A proposta de um instrumento jurídico de aplicação direta para estabelecer uma série de proteções básicas no âmbito da liberdade de imprensa representa um avanço notável das instituições da UE na garantia de um quadro comum de direitos fundamentais para todos os cidadãos da União.

Dito isto, o proposto EMFA deve ser melhorado para se tornar num instrumento totalmente alinhado e consistente com os existentes instrumentos internacionais e regionais de direitos humanos. Além disso, o EMFA também deve adaptar o regime que rege o tratamento de atores de media e de conteúdo pelos VLOPs.

[Artigo original](#) publicado no Verfassungsblog (CC).

O economista cuja teoria previu na década de 1970 os apelos atuais à censura

Ronald Coase, economista vencedor do Prémio Nobel, escreveu um artigo em 1974 que previu implicitamente a crescente popularidade da censura entre a classe intelectual.

Peter Jacobsen

Após a proposta de Elon Musk para comprar o Twitter ter sido aceite, o Departamento de Segurança Interna dos EUA revelou planos para um conselho de governança para a “desinformação”. A aquisição de Musk [confirmou-se] e esse conselho está em pausa, mas a reação a estes eventos foi reveladora.

Seria de esperar que profissionais no mercado das ideias se preocupassem com uma agência governamental a policiar o discurso. Curiosamente, muitos grupos que historicamente defenderam a liberdade de expressão contra interferências pareceram lentos (ou ausentes) na resposta.

Membros da indústria do jornalismo reagiram negativamente ao apoio vocal de Musk à liberdade de expressão. A sua aquisição é “perigosa” e o seu compromisso com a liberdade de expressão levará as pessoas a serem “silenciadas”.

Entretanto, a [Associated Press](#) (AP) atacou Musk por querer a liberdade de expressão, alegando que esse desejo era inconsistente com o facto de ele ter criticado pessoas no passado. Essa afirmação da AP confundiu muitos, já que o criticismo é obviamente compatível com a liberdade de expressão.

A revista *Time* expressou oposição a Musk doutro ângulo, tentando menosprezar a sua [obsessão de “tech bro” pela liberdade de](#)

[expressão](#). Os redatores da CNN criaram uma manchete sugestiva: “[O Twitter tem-se focado em ‘conversas saudáveis’](#). [Elon Musk pode mudar isso](#)”.

Na *The Conversation*, [Filippo Menczer](#), professor de informática e ciência da computação na Universidade do Indiana (EUA), argumenta que a ideia de John Milton do mercado de ideias sem censura está desatualizada e pede a “arbitragem” dos media sociais. E, claro, essa arbitragem não é censura. Porque se pensaria isso?

Outro professor a escrever para a *The Conversation*, [Jaigris Hudson](#), argumenta que o incentivo à liberdade de expressão de Elon Musk tornará a expressão menos livre porque, se a linguagem desagradável for permitida, algumas pessoas pararão de falar. Este texto, quando colocado ao lado do [artigo](#) do *Washington Post* e do tweet da AP, sublinha um tema consistente de confundir liberdade de expressão por liberdade para a crítica.

A chefe burocrata do “pausado” conselho da desinformação do governo, Nina Jankowicz, também deseja que o Twitter se mova noutra direção. Jankowicz questiona-se porque não permitir que [contas verificadas editem](#) os tweets de pessoas que usam a liberdade de expressão de forma muito perigosa?

Embora não seja incomum que burocratas de elevada patente militar como Jankowicz desejem a censura, acadêmicos e jornalistas há muito são robustos defensores da importância de um mercado de ideias sem censura. Durante muito tempo, universidades e jornais foram tidos como lugares onde meios e fins controversos podiam ser debatidos publicamente. “A verdade emergirá” era a defesa final dessas instituições contra os apelos à censura.

Esta defesa do mercado de ideias era tão universal entre a classe intelectual profissional que inspirou o economista vencedor do Prémio Nobel, Ronald Coase (1910-2013), a escrever um artigo tentando explicar porque acontecia isso. E, usando esse mesmo artigo, podemos ver que Coase previu implicitamente o favorecimento crescente da censura entre a classe intelectual profissional.

O mercado de bens versus o de ideias

Num [artigo](#) de 1974, Coase, professor de economia da Faculdade de Direito da Universidade de Chicago, refletiu sobre um quebra-cabeça interessante. Intelectuais profissionais concentram um tremendo esforço em destacar porque o mercado de bens e serviços requer regulamentação. No entanto, esses mesmos intelectuais argumentaram frequentemente que o mercado de ideias deve ser livre de regulamentação.

Então porquê esta assimetria?

Para responder a este quebra-cabeça,

Coase descartou inicialmente duas explicações populares, mas erradas, para esse paradoxo.

A primeira explicação é que os mercados de bens e serviços podem ter falhas. Por exemplo, se compradores e vendedores de gasolina não tiverem que pagar pela poluição que a gasolina gera, eles comprarão e venderão demais à custa daqueles que sofrem com a poluição.

No entanto, o problema com esta explicação é óbvio. Também pode haver falhas no mercado de ideias. Mesmo que seja certo que a melhor ideia vencerá, é óbvio que a melhor ideia nem sempre vencerá imediatamente. A poluição no mercado de ideias, como a desinformação, também é possível. Por outras palavras, o mercado de ideias também tem falhas de mercado. Com base nesse critério, ambos os tipos de mercado devem ser regulados – ou nenhum.

A segunda explicação errada porque os intelectuais profissionais defendem o mercado de ideias da regulamentação é que o discurso não regulamentado é necessário para o funcionamento da democracia. Esta explicação parece boa inicialmente, pelo que pode estar errada?

Vejamos, o mercado de bens e serviços também é necessário para o funcionamento da democracia. Como diz Coase,

Para a maioria das pessoas em muitos países (e talvez em todos os países), o fornecimento de alimentos, roupas e abrigo é muito mais importante do que o fornecimento

de “ideias certas”, mesmo que se presume que sabemos o que são.

Assim, a necessidade de boas ideias para o funcionamento da democracia não pode explicar porque o mercado de ideias não deve ser regulamentado, uma vez que os intelectuais profissionais favorecem a regulamentação de bens e serviços que também são necessários para o funcionamento da democracia.

A assimetria permanece.

Coase termina o seu ensaio resolvendo o paradoxo. Porque os intelectuais profissionais defendem o mercado de ideias contra a regulamentação, mas não o mercado de bens e serviços?

O mercado de ideias é o mercado no qual o intelectual tem o seu intercâmbio. A explicação do paradoxo é o interesse próprio e a autoestima. A autoestima leva os intelectuais a engrandecer a importância do seu próprio mercado. Que outros devam ser regulados parece natural, particularmente porque muitos dos intelectuais se veem como reguladores.

Assim, o mercado de ideias é o mercado controlado pelos intelectuais. Eles veem o seu mercado como um maior e mais importante ofício. O mercado de bens e serviços, na visão deles, é menos importante e mais corrompido.

As massas tomam o mercado de ideias

Então, como é que a explicação de Coase prevê os crescentes apelos à censura no mercado de ideias?

Recorde-se a explicação de Coase. Os

intelectuais profissionais consideravam o mercado de ideias acima da regulamentação porque controlavam o mercado.

Mas os tempos mudaram desde que Coase escreveu o artigo em 1974.

A Internet revolucionou a paisagem do mercado de ideias. Já não são os mais credenciados a terem uma maior influência no mercado de ideias. Os últimos anos foram caracterizados por criadores no YouTube, podcasts e, mais recentemente, no Substack a dominarem o mercado de ideias.

Agora que o mercado de ideias já não é dominado pela academia e pela indústria do jornalismo, os membros desses grupos já não têm os mesmos incentivos para impedir a regulamentação da indústria.

Na realidade, como em muitos setores, pode ser do maior interesse dos incumbentes regulamentar a concorrência. Afinal, se as pessoas ouvem a opinião de [Joe Rogan](#) e não da CNN, isso prejudica os resultados da CNN.

Assim, embora Coase não tenha previsto a descentralização do mercado de ideias no seu artigo, a lógica do texto faz uma clara previsão. Se aqueles que seguram as rédeas do mercado de ideias perderem o controlo, vão surgir os pedidos de regulamentação. E é exatamente isso que estamos a ver.

[Artigo original](#) publicado pela Foundation for Economic Education (CC).

Enquadrar o “bem-estar digital” como um bem social

ALEX BEATTIE E MICHAEL DAUBS

Este texto argumenta que empresas como Apple, Facebook e Google estão cada vez mais a incorporar recursos que supostamente promovem o “bem-estar digital” para evitar a regulamentação das suas plataformas e serviços. A inclusão desses recursos, como o Screen Time da Apple, enquadra essas plataformas comerciais como fornecedoras de um bem social ao prometer encorajar o uso mais “intencional” ou “consciente” de media sociais e dispositivos móveis. Em resultado disso, as plataformas frequentemente criticadas estão a adotar cada vez mais a linguagem dos seus críticos para se enquadrarem como um bem social. Essa estratégia imita a usada pelos executivos da rádio nos Estados Unidos no início do século XX, onde o meio se desenvolveu como um empreendimento predominantemente comercial. Para evitar a regulamentação, tornou-se necessário perpetuar a percepção de que as emissoras comerciais também eram um bem social que cumpria uma função de serviço público. As plataformas de hoje estão a adotar inadvertida ou propositalmente uma tática semelhante para se posicionarem como líderes num mercado do bem-estar digital em desenvolvimento, na esperança de evitar futuras regulamentações governamentais.

Introdução

Este artigo é um exame teórico e crítico do conceito de “bem-estar digital”. Conforme

descrevemos abaixo, o bem-estar digital foi recentemente conceptualizado por estudiosos dos media, ciências da computação e dos vícios comportamentais e está relacionado ao uso aspiracional da media digital e debates sobre vínculos entre tempo de ecrã e problemas de saúde mental. Desenvolvemos sobre esse estudo ao teorizar sobre o crescimento do bem-estar digital no contexto do “tech-lash”, a crítica popular de plataformas digitais e serviços em rede, incluindo tecnologias móveis e redes sociais. Críticos proeminentes como Tristan Harris, co-fundador do Center for Human Technology, criticaram essas empresas, incluindo Facebook e Snapchat, pelas suas práticas de design de interface e de recursos baseados em algoritmos que, segundo ele, “rebaixaram’ a humanidade ao promover períodos de atenção reduzidos, diálogos movidos a indignação, vício em smartphones, vaidade e um eleitorado polarizado”.

Corporações de tecnologia digital como Apple e Google estão cada vez mais a adotar a linguagem dos seus críticos e a desenvolver ferramentas de “bem-estar digital” que são ostensivamente concebidas para reduzir os efeitos nocivos das tecnologias que produzem. Para teorizar porque a Apple e a Google adotaram recursos de bem-estar digital, fazemos uma comparação histórica com as atividades da rádio comercial dos Estados Unidos no século XX. A inclusão de recursos de bem-estar digital é uma resposta ao “tech-lash”

que, sugerimos, enquadra essas empresas com fins lucrativos como fornecedoras de um bem social, uma estratégia que imita a usada por executivos de rádio nos Estados Unidos no início do século XX quando a radiodifusão se tornou uma indústria principalmente comercial.

Para estabelecer este argumento, fornecemos primeiro uma visão geral das conceptualizações académicas existentes de “bem-estar digital”, seguidas de um esboço do contexto mais amplo do “tech-lash”. A seguir, demonstramos como empresas como Google e Facebook adotaram a linguagem dessas críticas. Em seguida, demonstramos paralelos entre a adoção dessa indústria e as táticas usadas pela indústria da rádio comercial nos Estados Unidos no início do século XX para ajudar a estabelecer possíveis razões para essa adoção, seguidas de algumas considerações finais sobre o que essa comparação histórica revela sobre a moderna indústria da tecnologia.

Contextualizando o bem-estar digital

Primeiro, é importante observar que “bem-estar digital” é distinto de “saúde digital”. A saúde digital refere-se geralmente a tecnologias que fornecem assistência médica, treinam profissionais de saúde ou incentivam pessoas com doenças crônicas a realizar atividades que beneficiam a sua saúde e bem-estar. Tecnologias como aplicações de telemedicina, diários digitais e outras formas de automonitorização são vistas como tendo o potencial de melhorar os resultados de saúde. Ao mesmo tempo, essas ferramentas digitais de saúde

também têm o potencial de introduzir inúmeros riscos, como a normalização da vigilância quotidiana das atividades relacionadas com a saúde.

Em contraste, o bem-estar digital atende amplamente à questão percebida do tempo excessivo de ecrã ou da conectividade com a Internet. Aqui, acredita-se muitas vezes que a tecnologia tem um papel mais cáustico e é posicionada como a causa de problemas de saúde. Por exemplo, o uso de media social tem sido associado à exaustão, tensão mental e produtividade reduzida, bem como a problemas de concentração, de sono, formação de identidade e relações sociais.

A maioria das definições de bem-estar digital parece derivar da ciência dos vícios comportamentais, expressando preocupações sobre o autocontrolo quando se trata de aplicações de media social e dispositivos digitais “viciantes”. Outras definições de bem-estar digital enfatizam o papel do ambiente digital mais amplo na subjetividade dos utilizadores. [Marco Gui e outros definem](#) o bem-estar digital como “um estado em que o bem-estar subjetivo é mantido num ambiente caracterizado pela superabundância da comunicação digital”. [Christopher Burr e outros fornecem](#) uma definição mais ampla de bem-estar digital baseada no uso aspiracional de smartphones, afirmando: “O termo ‘bem-estar digital’ é usado para se referir ao impacto das tecnologias digitais sobre o que significa viver uma vida que é boa para o ser humano”.

Num esforço para distinguir uma

compreensão do bem-estar digital distinta dos estudos sobre vícios comportamentais, **Vanden Abeele argumenta** que devemos evitar o pensamento de causa e efeito que domina a investigação atual sobre o conceito. Ela define o bem-estar digital como um estado experiencial dinâmico produzido por fatores psicossociais individuais, funcionalidades de dispositivos e fatores específicos do contexto. Abeele afirma que o bem-estar digital é:

“uma experiência individual subjetiva de equilíbrio ideal entre os benefícios e as desvantagens obtidas com a conectividade móvel. Este estado experiencial é composto por avaliações afetivas e cognitivas da integração da conectividade digital na vida quotidiana. As pessoas alcançam o bem-estar digital quando experimentam um prazer máximo controlado e suporte funcional, juntamente com uma perda mínima de controlo e comprometimento funcional”.

A definição específica de pessoa, dispositivo e contexto de Abeele sugere que há mais no bem-estar digital do que comportamentos digitais aspiracionais ou identificação de utilizadores psicologicamente suscetíveis que são vulneráveis ao uso excessivo de media digital.

Seguindo Vanden Abeele, argumentamos que uma atenção insuficiente tem sido dada ao contexto da indústria do bem-estar digital, que demonstra uma crescente animosidade pública em relação às plataformas de tecnologia de Silicon Valley. Este “tech-lash” é em parte inspirado pelo escândalo Cambridge Analytica e o suposto papel da desinformação em influenciar os resultados do referendo Brexit de 2016 no

Reino Unido e a eleição presidencial dos EUA também em 2016. A **experiência de contágio emocional do Facebook** em 2014, na qual o Facebook tentou manipular as emoções dos utilizadores em certos mercados ajustando o seu “feed” de notícias, demonstrou para alguns o dano potencial que a Internet, particularmente a media social, poderia ter sobre a saúde mental. **Pixie Turner e Carmen Lefevre observam** que “o Instagram e as media sociais de forma mais ampla têm sido associados a problemas de saúde mental”, incluindo depressão e distúrbios alimentares.

A frase “bem-estar digital” foi adotada por um grupo vagamente afiliado de organizações, produtos e serviços de bem-estar e tecnologia localizados na Califórnia (EUA), que partilham preocupações sobre os efeitos ou danos à saúde da tecnologia. Essas organizações incluem o Digital Wellness Collective, o Thrive Global de Ariana Huffington e o Center for Humane Technology (2020). Cada um destes grupos oferece um conjunto de recomendações, produtos ou serviços para combater os danos psicológicos percebidos pelas tecnologias digitais.

Estes grupos justificam a ligação entre “digital” e “bem-estar” combinando psicologia popular e comentários sobre tecnologia. Autores como Sherry Turkle e Nicholas Carr argumentam que as tecnologias digitais roubam aos utilizadores capacidades comunicativas ou cognitivas. Eles levantam preocupações, por exemplo, de que o utilizador de smartphone atual carece da inteligência emocional e de capacidades de descoberta das gerações

anteriores. Talvez a avaliação mais contundente da media digital venha de Jean Twenge, que questiona provocativamente se os **smartphones “destruíram uma geração”**, contribuindo para uma crise de saúde mental. Afirmamos que o bem-estar digital é uma resposta impulsionada pela indústria a esse discurso cético da tecnologia e busca ostensivamente reequilibrar as relações dos utilizadores com seus dispositivos inteligentes.

Uma figura popular do “tech-lash” é o já mencionado Tristan Harris, ex-designer e especialista em ética da Google, que é agora responsável da organização cívica Center for Humane Technology. Harris recebeu atenção significativa da media ao “expor” o poder de persuasão do design, “feeds” de notícias algorítmicos e grandes plataformas de tecnologia. Os seus argumentos de que as plataformas de tecnologia são corruptíveis, viciantes e degradam a humanidade ressoaram em muitos, incluindo ex-executivos de tecnologia e políticos, e talvez sejam uma das razões pelas quais o apetite por regulamentar plataformas como o Facebook nos EUA e na Europa está a crescer.

O nosso objetivo não é encerrar o debate sobre se as tecnologias digitais podem causar sofrimento mental ou danos psicológicos. É importante notar, no entanto, que atualmente existem poucas evidências empíricas de que alguém pode estar “digitalmente bem”. No que é provavelmente o estudo mais abrangente relacionado com o bem-estar digital, **Amy Orben e Andrew Przybylski afirmam** que qualquer ligação

entre o tempo de ecrã e o dano psicológico é inconclusiva ou extremamente pequena, medida como sendo aproximadamente o mesmo que atividades aparentemente inofensivas, como “comer batatas, ter asma, beber leite, ir ao cinema, religião, ouvir música, fazer os trabalhos de casa, andar de bicicleta, altura, usar óculos, ser maníaco, comer frutas, comer vegetais, dormir o suficiente e tomar o pequeno-almoço”. **Nejra Van Zalk e Seung Ha Lee chegaram a uma conclusão semelhante** numa visão geral da literatura das ciências comportamentais sobre comunicação online e adolescentes. Argumentam que vários fatores, incluindo ansiedade social, introversão, impulsividade e género, fortalecem e enfraquecem a correlação entre conectividade excessiva e uso compulsivo da Internet.

Outra observação reveladora é que, embora o “distúrbio dos jogos na Internet” tenha sido incluído como uma “condição para estudo futuro” na quinta revisão do Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-V) publicado em 2013, o próprio termo “vício da Internet” permanece sem ser reconhecido, negando a validade dessa perturbação. Przybylski e Orben sugerem que a noção de dependência digital ou da Internet corre o risco de banalizar causas mais sérias de danos e cria reivindicações e produtos comerciais injustificáveis. Eles advertem contra a ênfase emergente no bem-estar digital, alertando que “vamos todos dançar ao som do medo monetizado vendido pelos empreendedores morais”. No entanto, talvez não devamos ser cétricos apenas de empreendedores morais como Ariana Huffington e o Digital Wellness

Collective. Existem outros atores na indústria da tecnologia que beneficiam da fusão da tecnologia e da saúde, incluindo grandes empresas tecnológicas que estão sob muito escrutínio público.

Embora o “tech-lash” e as acusações de “rebaixar a humanidade” sejam potencialmente ameaçadores para as empresas de tecnologia, o termo “bem-estar digital” parece não ser. Na verdade, a Google adotou o termo. A 25 de junho de 2019, Harris fez uma declaração numa audiência pública no Senado dos Estados Unidos sobre os perigos das plataformas de tecnologia persuasiva. Ao lado de Harris estava Maggie Stanphill, designer principal da experiência do utilizador da Google e chefe da sua equipa de Bem-estar Digital. No seu [depoimento](#), Stanphill afirmou que a Google apoia os seus utilizadores a terem um relacionamento saudável com os seus dispositivos inteligentes e lista vários novos recursos que a empresa introduziu nas suas plataformas para ajudar as pessoas a entenderem melhor o uso da sua tecnologia.

Duas ferramentas que a Google desenvolveu para oferecer suporte ao uso saudável de smartphones e que estão disponíveis nos smartphones incluem o Family Links e o Digital Wellbeing. Essas ferramentas fornecem análise de dados sobre o tempo de ecrã e permitem que o utilizador (ou os pais) estabeleça limites em determinadas aplicações, além de pausar notificações que o utilizador identifica como distração. A Apple também lançou um produto semelhante ao Digital Wellbeing chamado Screen Time e, em

janeiro de 2018, o fundador do Facebook, Mark Zuckerberg, anunciou que a rede social alteraria o seu algoritmo de “feed” de notícias para garantir que o tempo que os utilizadores passam na plataforma seja “tempo bem gasto”. Esta frase é, não por acaso, o nome original do Center for Humane Technology de Harris.

Assim, porque estão as empresas de tecnologia a adotar a linguagem e as ferramentas dos seus críticos quando há falta de provas empíricas que justifiquem a necessidade de tais ferramentas? Responder a esta pergunta é onde revisitamos o desenvolvimento e as reações a um meio decididamente “velho”, a rádio, pode ser útil.

Lições da história: Enquadrando a transmissão radiofónica nos EUA como um bem social

Michele Hilmes [em “Radio voices: American broadcasting, 1922–1952”] detalha como a transmissão de rádio nos Estados Unidos foi singularmente “autorizada a se desenvolver comercialmente, sem subsídio direto ou envolvimento do Estado”. Este desenvolvimento estava em total contraste com os sistemas públicos de transmissão na Europa, como a BBC, ou o modelo híbrido público-privado que se desenvolveu no Canadá. Embora o estabelecimento da rádio como um sistema comercial tenha sido eventualmente (embora incorretamente) visto como um “desenvolvimento natural do ‘American Way’”, ainda assim apresentou vários problemas à indústria da rádio.

Assim como a Internet e as tecnologias

móveis que são o foco do “tech-lash”, a rádio foi sujeita a críticas e pânico morais, como preocupações de que áreas rurais se tornariam suscetíveis a influências urbanas “corruptas”. Marshall McLuhan chegou a fazer uma crítica à rádio que hoje está mais associada à mídia social, ou seja, que “cria gostos insaciáveis de aldeia por mexericos, rumores e malícia pessoal”.

No entanto, uma das principais preocupações que os críticos tinham da rádio comercial inicial era a sua ênfase no entretenimento. O modelo de serviço público europeu tentou “distribuir informação universalmente, facilitar o debate público e ajudar a construir uma identidade comum na modernização dos Estados-nação”. Portanto, conteúdo focado na educação e na promoção da chamada “alta cultura” e nas artes para servir aos mais altos ideais de comunidade e nação.

Em contraste, a rádio comercial dos EUA desenvolveu-se através de uma série de negociações entre redes, patrocinadores e agências de publicidade, que “teve o efeito de emitir o serviço público e as funções culturais da rádio ‘underground’” e muitas vezes foi uma fonte de críticas. Por exemplo, a narrativa em série era originalmente uma forma incontroversa de drama radiofônico e popular entre as audiências, independentemente do gênero. No entanto, os seus “enredos abertos muitas vezes lentos e tortuosos, o seu propósito explícito de vender veículos e, acima de tudo, o seu assunto ‘mórbido’ e controverso”, que apareceu fortemente em dramas radiofônicos diurnos cada vez

mais populares para mulheres, ou seja, radionovelas, tornou-se uma preocupação comum. As referências a essas narrativas como uma “baba serializada” minam o valor cultural de tal programação, e o seu amplo interesse entre o público feminino levou a temores de que a rádio perturbasse as normas sociais por ter um impacto “feminizante” (negativo) no lar e sociedade.

Os críticos das narrativas de rádio em série também levantaram preocupações psicológicas infundadas, referindo-se aos membros fiéis da audiência como “neuróticos” ou “viciados” devido ao conteúdo aberto que representavam. Embora uma narrativa seriada não seja diretamente análoga à interminável interface de apresentação [de conteúdos] de alguma mídia social, as críticas são precursoras do tropo “viciante” comum no atual “tech-lash”.

Hoje, é claro, questionaríamos com razão essas críticas. No entanto, à época, reclamações desse tipo eram um enigma para a indústria da rádio comercial nos EUA, apesar da falta de qualquer prova real de dano. As mulheres não apenas compunham a maioria do público ouvinte, mas também eram responsáveis pela maioria das decisões de compra doméstica, o que as tornava um público-alvo popular e lucrativo para anunciantes e redes de difusão.

Ao mesmo tempo, os críticos da rádio comercial usaram essas preocupações sobre os impactos negativos de tal programação para defender o aumento da

regulamentação de conteúdo ou mesmo a nacionalização da indústria radiofónica. Emissoras e anunciantes queriam desesperadamente evitar tais resultados, uma vez que tais movimentos iriam, claro, infringir a lucratividade da emissão de rádio. Portanto, tornou-se necessário que os executivos da rádio perpetuassem a percepção de que as emissoras comerciais estavam a prestar uma forte função de serviço público.

Para alcançar esse enquadramento, as emissoras adotaram uma abordagem inovadora: denegriram o valor cultural da sua própria programação seriada diurna. Ao mesmo tempo, elevaram o significado cultural de outra programação, não apenas programas de serviço doméstico para mulheres, dispersado por tarefas domésticas, limpeza, criação de filhos, culinária e informações sobre saúde, misturadas com recursos musicais ligeiros, mas também “alta cultura” no conteúdo noturno, como notícias, música clássica e programação teatral.

Ao classificar a programação diurna como medíocre, as redes de rádio foram capazes de subestimar o seu público feminino e, assim, a sua motivação de lucro. Além disso, ao contrastar a programação seriada com a programação noturna de “qualidade”, as redes foram capazes de sugerir que estavam a cumprir uma contribuição cultural positiva semelhante à das suas contemporâneas europeias de propriedade pública.

Este enquadramento acabou por ser bem-sucedido; em suma, ao “reconhecer”

que parte do seu conteúdo não era uma contribuição social ou cultural significativa, ou mesmo “prejudicial”, e oferecer conteúdo de “alta cultura” como autocorretivo, a indústria da rádio nos EUA conseguiu evitar os pedidos para umas significativas regulamentação do conteúdo e nacionalização e, em vez disso, manter o seu lucro até poder consolidar-se como uma instituição central e aparentemente indispensável.

Repetição da história: Posicionando o bem-estar digital como um bem social

Embora não obviamente paralela, esta história da indústria da rádio nos EUA no início do século XX fornece uma visão potencial sobre o aparecimento do movimento do bem-estar digital. Ambas as instâncias mostram como uma indústria se pode “corrigir” através da construção tanto do problema quanto da solução. Como as tecnologias digitais de hoje, a rádio comercial foi criticada como viciante e um dano social, apesar das reduzidas provas. No entanto, assim como o bem-estar digital ou os danos psicológicos percebidos da tecnologia digital não dependem de evidências empíricas, também o mesmo sucedeu com a rádio comercial. Em vez disso, ambos se baseiam no que Émile Durkheim chamou de “facto social”:

“Um facto social é qualquer modo de agir, fixo ou não, capaz de exercer sobre o indivíduo uma coerção externa; ou: que é geral em toda uma dada sociedade, embora tenha uma existência própria, independente das suas manifestações individuais”.

Por outras palavras, factos sociais são

valores e normas que influenciam ou moldam as nossas crenças e ações. Num estudo etnográfico de um retiro de desintoxicação digital chamado Camp Grounded, no norte da Califórnia, [Theodora Sutton observou](#) que os participantes justificavam o dano digital com base numa preferência cultural partilhada pelo frente-a-frente ou por interação offline e preocupações sobre o impacto económico da indústria tecnológica na área de São Francisco. Para os desintoxicadores digitais do Camp Grounded, a prova de qualquer doença psicológica real é desnecessária, pois as normas culturais ou sociais foram suficientemente violadas pela tecnologia.

Campos de dependência da Internet na Coreia do Sul e campanhas de saúde pública de desintoxicação digital na Europa sugerem que as expectativas culturais em torno do uso apropriado de smartphones existem muito além da Califórnia. Estes exemplos demonstram uma expectativa social internacional e multicultural de estar fisicamente “presente” ou passar um tempo apropriado no dispositivo.

Tais expectativas são visíveis no vídeo “[I forgot my phone](#)” da escritora e performer Charlene deGuzman. O vídeo, visto mais de 50 milhões de vezes, “[evoca uma visão da comunicação humana que é subvertida pelo uso excessivo do smartphone](#)”. Este vídeo e outras mensagens semelhantes posicionam aparentemente a socialização cara-a-cara como superior à comunicação mediada e lamentam a “perda” da sociabilidade “genuína”. Quando um smartphone ou tecnologia digital parece interferir nestes valores, no entanto, uma

metáfora da saúde do dano digital tornou-se uma forma cada vez mais comum de capturar a perda cultural ou social.

Além disso, os factos sociais têm o potencial de gerar capital social e tornarem-se um bem social. Como os da indústria do rádio, a Google e a Apple inclinaram-se para a crítica do dano digital para oferecer produtos de bem-estar digital como uma correção para essas percebidas deficiências, tanto para mitigar a intervenção governamental como para procurar ter lucro. Produtos como o bem-estar digital da Google sinalizam aos clientes que eles apoiam o facto social de que muito tempo de ecrã pode ser prejudicial para os utilizadores, especialmente crianças.

Há, no entanto, uma diferença significativa entre as abordagens da rádio comercial e as ferramentas do bem-estar digital; enquanto a rádio comercial acabou por ser enquadrada como um bem que beneficiava toda a sociedade, o bem-estar digital é posicionado como uma ferramenta parental ou uma forma de autodisciplina para o utilizador individual.

Esta diferença indica como uma comparação histórica pode revelar como contextos múltiplos – incluindo históricos – são importantes ao considerar o bem-estar digital, conforme argumenta Vanden Abeele. Na verdade, essa comparação revela como o bem-estar digital é apenas a extensão mais recente de um “bem-estar da media” mais geral e com décadas.

Esta história não se aplica apenas à rádio, mas também a outros media tradicionais,

como a televisão. Por exemplo, Lynn Spigel observa que a revista “Ladies’ Home Journal” alertou os leitores em 1951 sobre as qualidades “viciantes” da televisão, que poderiam “reverter bons hábitos de higiene, nutrição e decoro, causando distúrbios físicos, mentais e sociais”. Essa linguagem coloca cada vez mais a responsabilidade nas famílias ou, mais especificamente, nos pais.

Crucialmente, com o bem-estar digital, o dever de cuidado é transferido diretamente para o utilizador individual. Dylan Mulvin chama a tática da media de pré-medar os danos relacionados com os ecrãs de “**profilaxia da media**”, com a profilaxia a significar um tipo de tratamento médico preventivo para evitar doenças. Mulvin observa: “transferindo o dever de cuidado para o indivíduo e longe das instituições, os fabricantes de dispositivos podem proteger-se tacitamente de acusações de negligência através da seleção e propagação de novas configurações padrão”.

No que diz respeito às ferramentas de bem-estar digital, todas as aspetos são cobertos pela Google e Apple. Por um lado, o dano psicológico do tempo excessivo de ecrã não pode ser comprovado, evitando qualquer regulamentação de interfaces ou estratégias de design que supostamente promovem o “vício em smartphones” ou uma quantidade insalubre de tempo de ecrã.

Por outro lado, potenciais danos sociais e culturais são antecipados e encerrados. Ao parecer ser proativas e atenuar os danos percebidos do tempo de ecrã, as

plataformas de tecnologia melhoram os efeitos sociais e culturais da tecnologia e protegem-se contra danos psicológicos comprovados no futuro, garantindo que a regulamentação da indústria da tecnologia permaneça autocontida.

Conclusão

Talvez o que não seja ameaçador sobre o bem-estar digital é que a frase não oferece uma crítica estrutural à indústria tecnológica. O bem-estar digital não diz nada sobre a concentração de poder através de alguns conglomerados de tecnologia, a exploração de mão de obra barata ou de minerais raros na fabricação de telemóveis e a saúde dos trabalhadores da tecnologia que realizam trabalho indesejável, como moderar o discurso do ódio online. Em vez disso, o bem-estar digital fortaleceu provavelmente a posição de empresas como a Apple.

Vale a pena notar que a Apple espremeu vários empreendedores de bem-estar digital que dependem do acesso à Apple Store do iOS para distribuírem o seu produto ou serviço. Como a Apple governa a loja de apps, ela decide sozinha que apps se encaixam nos seus critérios, e **já excluiu algumas aplicações independentes** de bem-estar digital. O aparecimento do Screen Time da Apple sugere que o bem-estar digital não consumiu a linha de lucro da Apple pela regulamentação dos seus produtos ou design, mas antes forneceu uma nova categoria de produtos e serviços para a Apple se expandir.

Portanto, até ao momento, o termo bem-

estar digital falhou em fornecer uma crítica suficiente à indústria da tecnologia, fornecendo ao invés disso uma oportunidade para grandes empresas de tecnologia se posicionarem como a perpetradora quanto solução de questões relativas à sociedade digital. Se uma regulamentação verdadeiramente significativa requer exame e escrutínio independentes, esse duplo papel de perpetrador e crítico não é um bom presságio para a futura, e possivelmente necessária, governança da indústria tecnológica.

Notas e referências no [artigo original](#), publicado na First Monday (CC).

Como a tecnologia mudou as lutas globais dos trabalhadores para melhor e para pior

CORY DOCTOROW

O pecado original tanto do fanatismo tecnológico quanto da crítica tecnológica é focar-se indevidamente no que uma determinada tecnologia faz, sem ter em consideração para quem e a quem o faz. Quando se trata do efeito da tecnologia nas nossas vidas diárias, os arranjos sociais importam muito mais do que os conjuntos de recursos.

Esta é a premissa por trás da minha ideia da “merdosa curva de adoção da tecnologia” (“shitty technology adoption curve”): se quer fazer algo horrível às pessoas com a tecnologia, deve primeiro infligir isso a pessoas sem poder social e depois trabalhar lentamente o gradiente de privilégio, suavizando as arestas da tecnologia, lixando-as contra os corpos humanos de pessoas que não podem dar luta.

Assim, vemos o aparecimento de toda a tecnologia disciplinadora, especialmente o “bossware”, que começou por monitorizar o trabalho forçado na prisão, depois os trabalhadores de colarinho azul e depois os trabalhadores de colarinho rosa (como os predominantemente femininos e negros representantes do atendimento ao cliente que [trabalham a partir de casa](#) para a [empresa de “call center virtual”] Arise).

A pandemia viu a [disseminação do “bossware”](#) para trabalhadores de colarinho branco ricos e “altamente qualificados”,

de médicos a professores e funcionários de TI, já que a ideia de ser monitorizado continuamente na sua própria casa, da videocâmara à pressão das teclas, foi normalizada pelo confinamento.

E, no entanto, o que importa sobre o “bossware” não é o que ele faz (...) mas para quem ele o faz. Quando os trabalhadores dos biscates (“gig workers”) “se apoderam dos meios de reprodução” e hackeiam as aplicações [apps] que os mandam, eles podem virar o jogo. É o que está a acontecer na Indonésia, onde as [apps Tuyul produzidas por cooperativas de trabalhadores](#) e pequenos fornecedores de software dão aos motoristas um controlo direto sobre as suas condições de trabalho.

Esta é a [verdadeira disrupção](#), onde a tecnologia não é usada apenas para arbitragem regulatória (como quando as apps para trabalhos de biscate são usadas para evitar leis laborais classificando erradamente os trabalhadores como contratados).

É isso que torna a [investigação de Rida Qadri](#) tão empolgante: a premissa de que, se os trabalhadores podem hackear os seus empregadores, o “bossware” pode tornar-se “laborware”.

Nos EUA, empresas como a Para estão a criar apps que se sobrepõem às aplicações de biscates, monitorizando todas as ofertas

de todas as diferentes aplicações e auto-recusando ofertas muito baixas, **forçando o algoritmo a aumentar** a quota-parte da mão-de-obra na receita das empresas.

Escrevendo para o excelente número inaugural “State of Big Tech” da IT for Change, Jai Vipra, do Vidhi Center For Legal Policy, apresenta “**Changing Dynamics of Labor and Capital**”, um olhar profundo e essencial sobre como a tecnologia afeta as lutas laborais em todo o mundo.

O artigo de Vipra é fascinante não apenas pelas novas maneiras como o capital usa a tecnologia para infligir dor no trabalho, mas também pelos mecanismos engenhosos e eficazes com que os trabalhadores usam a tecnologia para responder ao poder com um poder de oposição.

Por exemplo, quando os trabalhadores que distribuem para a app [de entrega de comida] Swiggy não conseguiram fazer com que a empresa respondesse à forma como a app os levava a ter horários de trabalho insustentáveis e perigosos, eles fizeram uma “greve de desligamento” e retiveram coletivamente o seu trabalho da app, desencadeando uma crise que a administração não podia ignorar.

Da mesma forma, os motoristas da Ola começaram a cancelar corridas em massa para protestar contra a política da empresa de não mostrar aos motoristas os seus destinos e de pagar até que aceitassem um serviço - o caos resultante forçou a empresa a permitir que os motoristas vissem todos os detalhes de uma oferta de trabalho antes de a aceitar.

Estas ações diretas são impulsionadas em parte pela busca incansável das plataformas por uma folha de pagamentos reduzida, o que as leva a demitir grupos de trabalhadores de “back-office” que alguma vez intervieram para mediar entre os trabalhadores de biscoites e os seus gerentes algorítmicos. Quando não se consegue ter ninguém ao telefone ou num chat ao vivo para reclamar que a app quer que você conduza num molhe e entre no mar azul profundo, o poder digital coletivo entra em ação.

A “Shitty Tech Adoption Curve” significa que temos as táticas de motoristas de biscoite a aumentar o gradiente de privilégios para os trabalhadores de colarinho branco e, com toda a certeza, em março de 2021, os banqueiros da Goldman Sachs coordenaram uma ameaça de demissão em massa sobre o “bossware” que os monitorizava nas suas casas 24 horas por dia, 7 dias por semana, reclamando de **semanas de 105 horas (!) de trabalho**.

Mas a coordenação ad hoc tem os seus limites. Criar um grupo organizador para combater cada nova porcaria de “bossware” impõe um preço terrível a já sobrecarregados trabalhadores precários. É aí que entram os sindicatos. Perante isto, sindicalizar os trabalhadores temporários apresenta um desafio intransponível: eles são atomizados, geograficamente dispersos e nem sequer têm uma sala de descanso.

Mas a tecnologia dá e tira. Quando a Uber Eats atraiu motoristas para se inscreverem em 2016 e depois reduziu os seus salários,

os organizadores ligaram-se a outros trabalhadores fazendo pequenos pedidos de comida com a Uber Eats e, em seguida, tiveram conversas com os motoristas que entregavam os pedidos.

Os chefes recuam. Eles convenceram reguladores laborais cobardes a proibir o uso de endereços de e-mail de trabalho para a organização sindical; eles enviam infiltrados para monitorizar conversas privadas no Facebook, eles plantam spyware em telefones e laptops para acederem a conversas nos grupos do Whatsapp. Os crachás de identificação com reconhecimento de localização permitem aos chefes seguir os trabalhadores e visarem possíveis organizadores sindicais para despedimentos retaliatórios.

As mesmas ferramentas de monitorização permitem aos chefes gananciosos economizar com os seus trabalhadores, marcando-os enquanto são “improdutivos” (a urinar, a conduzir para pegar o próximo passageiro ou entrega, ou apenas pagando aos funcionários quando um cliente está na loja).

É uma mistura: na China, os centros de direitos dos trabalhadores independentes trabalham quase exclusivamente através da media social, «tanto para consultas diretas como para divulgação em massa de informação, e este uso também está a contribuir para a organização do trabalho».

E, ironicamente, o monopólio ajuda os organizadores laborais: as jogadas cumulativas que viram a maioria dos [restaurantes virtuais] CloudKitchens reunidos nas mãos de umas poucas

empresas significam que os seus trabalhadores têm uma maior probabilidade de estar fisicamente próximos e capazes de organizar a resistência laboral contra os seus chefes monopolistas.

Uma reclamação laboral comum na era da digitalização é que os chefes monitorizam e disciplinam pelas atividades fora do expediente: veja-se a Deutsche Welle e a AP a demitirem jornalistas que usaram as suas contas pessoais nas redes sociais para expressar apoio à luta dos palestinianos por justiça.

Os fornecedores de “bossware” gabam-se de poder monitorizar a atividade online pessoal dos trabalhadores “para os ajudar a manterem-se focados” - algo a que 72% dos trabalhadores se opõe. É fácil ver como isto se pode tornar um foco de ativismo no trabalho, especialmente porque os empregadores anunciam que vão demitir qualquer trabalhador que se recuse a fornecer uma lista completa das suas contas de media social para monitorização.

O próximo nível de vigilância pessoal vem da monitorização “voluntária” da saúde, em que os funcionários são obrigados a usar Fitbits ou outras ferramentas de rastreamento biométrico, ou a enfrentar aumentos nos seus prémios de assistência médica e outras penalidades. Isso é suficientemente mau, mas essas empresas biométricas são alvos escolhidos de aquisição pelas maiores empresas de vigilância do mundo, o que significa que um dia pode acordar e descobrir que os dados do rastreamento exigido pelo seu empregador estão nas mãos da Google.

O neoliberalismo trouxe-nos para esta confusão, e a tecnologia foi sua cúmplice voluntária. Mas Vipra defende que a tecnologia pode “aumentar o poder negocial do trabalho sobre o capital”. Para Vipra, isso começa com o acesso aos dados: na Índia, os trabalhadores “analógicos” têm o direito legal de conhecer as margens de lucro dos seus empregadores, o que é fundamental para a negociação coletiva. Mas os **trabalhadores digitais não têm este direito**.

Dar aos funcionários temporários o direito aos seus próprios dados de desempenho ajudaria esses trabalhadores a garantir ofertas competitivas para o seu trabalho - **negar aos trabalhadores o acesso a esses dados é anticompetitivo**.

Esses mesmos dados podem ser usados para defender a regulamentação e a sindicalização: quando é a sua palavra contra a do seu chefe, pode ser difícil interessar os funcionários públicos a proteger as suas condições de trabalho. Mas quando os dados mostram que os trabalhadores temporários estão **a trabalhar 12 a 18 horas por dia sem pagamento por horas extraordinárias**, é mais difícil de ignorar.

Os empregadores modernos recolhem uma grande quantidade de dados sobre os seus funcionários, mas não partilham quase nada. Novamente, o importante não é o que a tecnologia está a fazer, mas para quem e a quem o está a fazer.

Vipra também destaca a natureza unilateral do uso de tecnologias de pagamento pelas plataformas. Os sistemas de pagamento modernos significam que as plataformas

de trabalho temporário recolhem o dinheiro dos seus clientes quase em tempo real mas, apesar disso, são os empregadores mais propensos a atrasos, pagando aos trabalhadores após atrasos totalmente injustificáveis que dão fluxos financeiros aos chefes e **forçam os trabalhadores à precariedade**.

Após essa crítica, Vipra propõe “uma agenda substantiva para o trabalho” em cinco áreas: regulamentação algorítmica, partilha de dados, direitos no trabalho remoto, direitos financeiros e “automação emancipatória”.

Regulação algorítmica: os algoritmos devem ter “um nível mínimo de explicabilidade”; “níveis mínimos de desempenho” (taxas de erro, transparência, etc.); e o “envolvimento humano na tomada de decisão” deve ser obrigatório (para que se possa obter uma reparação imediata e eficaz quando o algoritmo falhar).

Partilha de dados: não “minimize os dados” apenas - “reoriente-os para objetivos que sejam favoráveis ao trabalhador e à sociedade”. Recolha e partilhe dados sobre segurança no trabalho e exija que as empresas “recolham, analisem e partilhem big data para proteger os direitos dos trabalhadores”.

Direitos de trabalho remoto: o direito a desconectar-se do trabalho; o direito a ser pago pelo equipamento de trabalho, incluindo cadeiras, acesso à Internet, etc. (eu acrescentaria o direito a ter esses dispositivos configurados para bloquear a monitorização pelo empregador).

Direitos financeiros: o Estado deve exigir a interoperabilidade financeira e usar agregadores de contas e serviços bancários abertos para “minimizar a assimetria da informação a favor de pessoas para quem a informação é colateral”. Forçar as plataformas a divulgar as comissões, taxas, incentivos, etc. que oferecem aos trabalhadores. Fornecer o código-fonte desses sistemas aos reguladores.

Automação emancipatória: “A automação deve significar menos trabalho penoso e menos horas de trabalho em geral”. É a isso que quero chegar quando chamo os tecnólogos para se tornarem [luditas conhecedores](#).

No geral, Vipra apresenta uma visão estimulante e desafiadora de como a tecnologia pode servir tanto ao trabalho quanto ao capital, dependendo de como é configurada e usada. Não concordo com tudo o que ela diz (a seção de privacidade nos direitos dos dados poderia usar o seu próprio artigo com igual profundidade e análise crítica), mas ler isto fez com que os cabelos da minha nuca se arrepiassem (no bom sentido).

Isto é mais ou menos o que tinha em mente em 2009, quando escrevi “[For the Win](#)”, sobre como os jogos multijogador poderiam servir como plataformas de organização para uma vanguarda trabalhadora internacional (os Trabalhadores Industriais da World Wide Web, ou Webblies).

[Artigo original](#) publicado no Pluralistic (CC).

Tudo como dantes no ciberquartel de Abrantes

JOSÉ TINOCO, AUDITOR E CONSULTOR DE SEGURANÇA DE INFORMAÇÃO

Na cadeira de um mestrado em Data Science, foi lançado um desafio aos alunos, a ser concretizado no fim do semestre: prever o estado do tempo num determinado dia, com base num conjunto de dados registados em dias anteriores. Durante o mestrado, diferentes técnicas foram demonstradas e utilizadas, e os alunos, divididos em grupos, iam testando as diferentes abordagens com base num conjunto de dados meteorológicos diários que iam sendo apurados: temperatura, pressão atmosférica, humidade, direção e velocidade do vento, precipitação, etc.

No fim dos seis meses, cada um dos grupos adotou uma abordagem de previsão e implementou-a: redes neuronais, regressões lineares, médias móveis... O grupo vencedor foi o que adotou a estratégia mais ingénua, também chamada de “previsão de persistência”, que se resume no seguinte: o tempo amanhã é, regra geral, igual ao de hoje.

Por isso, ao alinhavar uns pensamentos sobre o breve futuro da cibersegurança, a minha ideia imediata foi: ora, a cibersegurança em 2023 será igual a 2022. E estava o caso encerrado. Muito obrigado, senhoras e senhores!

Foi neste ponto que me surgiu uma questão: mas quais foram as tendências da cibersegurança em 2022? Quais os padrões deste ano, e que “soundbytes” posso usar? Posso copiar algo do [Tendências 2022?](#)

Foi neste ponto que identifiquei a grande dificuldade deste desafio e que foi: isto requer melhor pensamento!

Uma curta história

Nestes últimos anos - não revelarei quantos, para manter a ilusão da minha juventude - tenho tido a oportunidade de trabalhar proximamente com entidades de diferentes dimensões, como responsável de equipas de auditoria, e como auditor e consultor de segurança de informação.

Por isso a minha perspetiva do estado atual da cibersegurança é muito suportada no que observo ao vivo. Eis o meu resumo executivo sobre os dois grandes motivadores estratégicos para investimentos em cibersegurança em 2022 (e em 2023, por via da hipótese que descrevi):

1. Casa roubada, trancas à porta (a persuasão dos ladrões);
2. Se alguém manda, eu faço (a persuasão dos polícias).

Claro que o mix destes motivadores é diferente de empresa para empresa, e de sector para sector, mas parece-me ser este o padrão. Felizes as empresas que têm como único motivador a “persuasão dos polícias” - também denominados como “reguladores” em terminologia mais coloquial, mas estou desconfiado que as empresas que declaram nunca ter sido

vítimas da “persuasão dos ladrões” (ou seja, um ataque cibernético) são felizes ignorantes ou envergonhadas mentirosas.

Mas vamos olhar para cada uma destas hipóteses e acrescentar alguns detalhes:

Hipótese 1: Casa roubada, trancas à porta

Nada como um bom desastre, daqueles que falamos às refeições com os nossos amigos, e que nos levam a perguntar “Onde é que estavas quando isto aconteceu?”, para nos fazer tomar um novo rumo e resolver aquilo que sempre queríamos ter resolvido, mas nunca tivemos suficiente tempo ou vontade de resolver.

Ou seja, as desgraças fazem subir as prioridades; e daqui, surgem oportunidades de melhoria.

Como exemplo, nas Tecnologias de Informação, estamos a falar do 11 de Setembro, que fez nascer a temática da Continuidade de Negócio, ou da pandemia de Covid-19, que promoveu o teletrabalho.

Neste capítulo das malvadezas que induzem ação, temos vários protagonistas e tipologias. As mais relevantes em 2023 serão:

A guerra. Creio não estar muito errado quando considero que a guerra que estamos a viver na Europa nos causa um sentimento de impotência, de injustiça, mas também há um afastamento geográfico que nos acalma um pouco... exceto quando tomamos nota dos impactos na nossa carteira. Mas a nossa visão mais direta, vinda da TV ou do Twitter, são as trincheiras, os sistemas

de mísseis HIMARS e os mísseis de altíssima precisão que o porta-voz do ministério de Defesa russo descreve tão garbosamente.

Pois eu tenho observado outros impactos: num cliente em particular, ataques a sistemas provenientes de um conhecido grupo russo. Noutra, indisponibilidades por problemas de capacidade devido ao volume de indivíduos/entidades russas que estão bloqueados para a execução de transações financeiras. Numa recente conferência do ISACA Lisbon Chapter, uma apresentação do líder do ISACA Kiev sobre os ataques cibernéticos russos mostrou uma longa lista sobre tipologias de ciberataques a instituições na Ucrânia, com algumas particularidades: múltiplas técnicas, mas nada de verdadeiramente inovador, ataques destrutivos do tipo “apagar tudo”, e ataques a infraestruturas críticas e serviços de suporte à sociedade.

E o que há a fazer aqui para mitigar os efeitos nefastos desta tendência? Direi que nada de extraordinário, para além dos mecanismos básicos de ciber-higiene: formação de utilizadores, patching, passwords, backups, etc. Há aqui algo a sublinhar: se um estado com competências em ciberguerra estiver verdadeiramente interessado em comprometer os segredos de uma empresa ou de um indivíduo, estes terão poucas hipóteses de se defender. Todavia, estou em crer que nenhum dos leitores são alvo deste tipo de adversários, pois os que o são de certeza que já foram comprometidos, mesmo que o não saibam (exemplos: setembro 2022: documentos portugueses da NATO à venda na darkweb; setembro 2016: documentos confidenciais

das secretas portuguesas aparecem em África).

O ransomware já não deveria ser um grave problema nas instituições, mas ainda é. Há uns tempos, apanhei na TV uma das interessantes intervenções do Dr. Almeida Nunes - médico de Medicina Interna, cuja empatia e poder de comunicação o transformou numa das personagens televisivas da medicina (passado o tempo dos imunologistas e especialistas em Saúde Pública que o Covid nos trouxe). A determinada altura foi questionado sobre as medidas-chave que a população deve adotar para proteção contra a gripe sazonal, no Outono de 2022. Influenciado pelo Dr. Google, o meu pensamento imediato foi o mix multivitamínico com uma boa dose de vitamina C e D, vacinas mRNA com perfis de proteção multi-estirpe e talvez uns gadgets para higienização ambiental com luz ultravioleta tipo C. Mas o que recomendou o Dr. Almeida Nunes? Lavem as mãos com frequência, e prosseguiu com uma demonstração de como o fazer adequadamente.

Eis uma aplicação do princípio KISS - Mantenham as coisas simples, (seus) estúpidos.

Qual a relação disto com o ransomware? Muito simples: tivessem as entidades aplicado os princípios básicos de segurança informática, nunca o ransomware seria um problema. Só para recordar, por ordem de importância, estamos a falar de formação de utilizadores, políticas de acessos eficientes (passwords), backups, sistemas atualizados, segregação de redes. Isto é o “lavar as mãos” para evitar o ransomware. Infelizmente, as instituições que não acreditam nem implementam estes controlos básicos, estão a caminho

de passar uma temporada no hospital a recuperar da “gripe”, para meses e centenas de milhares de euros depois fazerem apresentações públicas sobre como implementaram sistemas de segurança “state of the art” para os proteger destes infortúnios.

O roubo de dados, que também inclui a disponibilização indevida de dados, vai igualmente ser uma tendência de 2023 como tem sido até agora, pelo simples facto de que os princípios básicos descritos acima não são seguidos. Todavia, aqui os fatores críticos são centrados nas políticas e na formação de utilizadores. Exemplo simples, que me foi descrito recentemente, quando um utilizador incauto recebe uma chamada no seu telemóvel:

- Bom dia, Sr. Incauto, sou o gestor de conta do seu Banco. Estou a ligar-lhe para lhe oferecer um depósito a prazo com rendimento bruto superior a 0,005% por ano. Está interessado?

- Claro que sim!

- Muito bem. Vamos prosseguir. A chamada será gravada por motivo de qualidade de serviço. Por favor, indique-me o seu nome completo, morada, número de telemóvel; preciso igualmente do número de cartão de crédito, data de expiração e CVV para efeitos de verificação da sua identidade.

- Claro que sim. Sou Incauto da Silva, moro na Rua da Incautice,...

Parece impossível, mas acontece - recebemos telefonemas e é o autor da chamada que nos pede dados. Temos

serviços do Estado a enviar dados de organizadores de um protesto para a entidade alvo do protesto. Como querem que os utilizadores se defendam do phishing, quando são organismos oficiais a promover este tipo de práticas?

A resposta passa pela consciencialização pública - um desafio que viverá até ao Tendências 2033.

Hipótese 2: Se alguém manda, eu faço

Em tempos ouvi uma observação interessante sobre a necessidade de auto-preservação das instituições, e que rezava mais ou menos assim: “Se houvesse um ministério das Janelas, os regulamentos de janelas estariam detalhados ao mais ínfimo detalhe” - entenda-se, não por necessidades funcionais ou de segurança dos ditos artefactos arquitetónicos, mas simplesmente como mecanismo de sobrevivência desse ministério.

Uma frase interessante, e que dá que pensar. Hoje, são múltiplas as instituições a produzir regulamentos, sejam eles setoriais, nacionais, europeus ou internacionais.

Todavia, estou em crer que esta, sendo uma visão verdadeira, é também extremista: os mecanismos regulatórios têm vantagens, pois:

- Estabelecem um “baseline” de práticas que as entidades têm que seguir, sendo sujeitas a penalidades se não o fizerem;
- As práticas são definidas por especialistas, o

que poupa os regulados aos esforços de definição;

- Permite aos clientes/público saber com o que contam, quando uma instituição declara ser certificada.

Veja-se o RGPD que, por via do medo das coimas, fez com que as empresas se preocupassem com a privacidade - ou seja, com os dados que estão à sua guarda.

Por isso, uma das tendências de 2023, é o reforço dos regulamentos. Na área onde me movimento, de instituições financeiras e outros participantes no ecossistema de pagamentos, isto é bem visível com os regulamentos de controlo interno, de segurança de dados de cartão nos sistemas de pagamentos (PCI Council) e dos controlos de segurança nos participantes da rede internacional de comunicações financeiras SWIFT.

Posso testemunhar em primeira mão que bancos, processadores financeiros, fintechs e comerciantes, sendo alvos deste “ataque” regulatório, reagem condignamente e despendem parte dos seus esforços para garantir a conformidade, melhorando a sua resiliência cibernética.

São estes os dois motivadores estratégicos das tendências para 2023 em cibersegurança.

Acrescentaria apenas mais dois micro-temas, que surgiram à vol d’oiseau:

- Indisponibilidade de recursos. As tendências que aqui descrevo são reconhecidas por gestores de muitas instituições em Portugal

que, como parte da sua estratégia para atacar estas questões, tentam contratar recursos especializados em segurança de informação. Mas inevitavelmente o que ouço é: não há recursos! Ora, vou aqui dar uma novidade: há bons recursos de segurança de informação em Portugal, mas com ofertas de 1000€/mês, qualquer um desses recursos prefere trabalhar remotamente para empresas estrangeiras por cinco vezes mais.

- A destruição de toda a infraestrutura criptográfica por via da computação quântica. Atentem na minha previsão: não vai acontecer em 2023. Numa previsão ainda mais ousada: também não vai acontecer em 2024. Aliás, com os atuais estudos sobre a resiliência dos algoritmos criptográficos a ataques por via de computação quântica, desconfio que esta tendência será muito falada nos anos vindouros por via da sua novidade, mais do que por via do risco. Um excelente tema para conferências!

Quem audita os auditores?

Recomendações de uma análise ao ecossistema da auditoria algorítmica

CONNOR WRIGHT

Visão geral: o campo da auditoria da inteligência artificial (IA) é agora maior do que nunca como resposta à variedade de danos que a IA pode causar. No entanto, embora haja consenso neste domínio, é questionável a operacionalização de tal acordo e o empenho geral com a causa.

Introdução

O ambiente da auditoria à IA expandiu-se em resultado dos seus efeitos nocivos, emergindo como “uma das abordagens mais populares para a responsabilização algorítmica”. Neste [estudo](#), 10 pessoas (consideradas especialistas na área) foram selecionadas para entrevista de um grupo de 438 pessoas e 189 organizações, incluindo auditores primários, secundários e terceirizados (“first-, second-, third-party”). As auditorias pelos primeiros são feitas por especialistas internos, as segundas conduzidas por “contratados externos” e as entidades externas terceirizadas fazem auditorias sem qualquer relação com a empresa. Das 189 organizações envolvidas, 157 responderam ao inquérito que receberam dos auditores. Em seguida, os autores utilizaram essas informações para mapear as suas observações de consenso e obstáculos no campo, bem como formular as suas recomendações de políticas.

Abordarei o cenário atual da auditoria de IA antes de detalhar as principais descobertas da investigação. Em seguida, descreverei

os tópicos comuns, os obstáculos e as recomendações de políticas observadas e feitas pelos autores. Concluirei com as minhas reflexões sobre o futuro dessas auditorias.

Principais percepções

O reino das auditorias de IA

O cenário das auditorias de IA carece de consenso, prática normalizada e vontade para partilhar informações do sistema e resultados de auditorias. Por exemplo, embora as auditorias primárias tenham geralmente acesso a todo o sistema interno, esses resultados em geral não são disponibilizados publicamente. Portanto, os auditores ficam sem acesso suficiente para auditar adequadamente um sistema de IA e sem capacidade de ajudar a responsabilizar as empresas pela implementação das recomendações que fornecem.

Apesar da falta de consenso sobre o que significa auditar um sistema de IA, isso não impediu a aprovação de legislação. Por exemplo, ao nível municipal, a cidade de Nova Iorque aprovou um requisito para que todos os sistemas de IA sejam avaliados por terceiros em 2021. Com isso em mente, detalho abaixo as principais descobertas estabelecidas pelos autores, com a regulamentação a ser a sua principal prioridade.

As principais descobertas

- A regulamentação é necessária para impulsionar o espaço da auditoria de IA. Apenas 1% [dos inquiridos] descreve os padrões atuais como “suficientes”.
- No entanto, atualmente, os métodos quantitativos (como avaliar a robustez de um sistema de IA) são preferidos aos métodos qualitativos (como examinar o efeito do enviesamento na vida dos “stakeholders”). Consequentemente, é evitada a avaliação do contexto em que a tecnologia é implantada e as partes interessadas relevantes não são consultadas.
- Uma explicação para o que foi dito é como é difícil auditar o impacto de um sistema de IA numa classe protegida de pessoas devido à falta de dados suficientes para auditar.
- Uma ajuda para explicar isto é que, como resultado, percebeu-se que os sistemas de auditoria incluídos no estudo são extremamente personalizados; apenas 7% usam uma metodologia normalizada.
- Dentro disto, a maioria dos auditores não partilha publicamente os resultados das suas auditorias. Consequentemente, essa falta de transparência dificulta a criação de normas generalizadas. Além disso, mesmo quando essas normas são estabelecidas, tornam-se difíceis de operacionalizar.

Ainda assim, os autores conseguiram encontrar linhas comuns de normas e melhores práticas acordadas pelos

participantes envolvidos:

- A auditoria precisa de ser um esforço interdisciplinar, focado nos aspetos quantitativos e qualitativos.
- Há consenso sobre a consagração das auditorias de IA na lei, mas também discordância sobre o que isso implica (por exemplo, o nível de divulgação dos resultados da auditoria).
- Há acordo de que as pessoas sujeitas a decisões automatizadas devem ser notificadas.
- Todas estas abordagens de auditoria devem ser normalizadas e amplamente aplicadas. Caso contrário, as auditorias correm o risco de serem muito contextualizadas e, portanto, ineficazes.

Embora haja consenso no espaço da auditoria de IA, os autores apresentam alguns dos principais obstáculos enfrentados no campo da auditoria de IA:

- O custo de conduzir uma auditoria de IA e a vontade da empresa em ser auditada são dois grandes obstáculos.
- O próximo desafio é que o compromisso de implementar as recomendações da auditoria não é amplamente partilhado.
- Os auditores secundários e terceirizados acham que obter acesso total ao sistema que estão a auditar é um problema, algo que os auditores primários não consideram.
- Consequentemente, reportar os resul-

tados da auditoria ainda é um problema.

- Acima de tudo, os auditores de IA não estão a priorizar o envolvimento das partes interessadas (os “stakeholders”).

Com essas ideias partilhadas e obstáculos em mente, as recomendações de política feitas pelos autores foram as seguintes:

- Proprietários e profissionais devem acolher as auditorias externas dos seus sistemas de IA como uma parte necessária da prática comercial.

- Isto pode levar a um esforço mais significativo na formalização da avaliação e credenciação dos auditores de IA.

- Consequentemente, as principais descobertas da auditoria devem ser transparentes para revisão por pares.

- Aumentar o foco nos aspectos qualitativos dos sistemas de IA. Como parte disto, as partes interessadas devem ser alertadas quando forem submetidas a um sistema automatizado.

- Dessa forma, os negócios podem priorizar o envolvimento dos “stakeholders”.

Entrelinhas

Vale a pena realçar que os autores reconhecem limitações no seu estudo (como o foco geográfico principalmente no Norte Global). No entanto, acredito que o seu artigo captura e expõe com eloquência os acordos e os desafios atualmente presentes no campo das

auditorias de IA. Fornecer o incentivo para que as empresas sejam auditadas desempenhará um papel fundamental para tornar o espaço bem-sucedido junto com o envolvimento dos “stakeholders”. Quer seja acreditação benéfica ou legislação, consultas ou investigação fundamental, as empresas podem fortalecer esse campo necessário para beneficiar todas as partes interessadas. Dessa forma, uma auditoria de IA não serve apenas para avaliar o próprio sistema de IA, mas também a medida em que as empresas priorizam os seus “stakeholders”.

Resumo (CC) do artigo “Who Audits the Auditors? Recommendations from a field scan of the algorithmic auditing ecosystem”, de Sasha Costanza-Chock, Inioluwa Deborah Raji e Joy Buolamwini.

O Estado Datificado

Pontos de partida, questões e convites para uma nova agenda de investigação

Jenna Burrell e Ranjit Singh

O Estado Datificado é feito pelas fontes de dados e infraestruturas, ferramentas computacionais e técnicas que estão a ser adotadas em todo o governo, assim como no setor privado. Não há uma distinção absoluta entre setores público e privado no Estado Datificado, mas mais uma enevoadada fronteira. O governo não existe separadamente e fora da indústria da tecnologia, e a sua relação com essa indústria não é simplesmente como uma fonte de pressão regulatória. Os governos também adquirem, desenvolvem, implementam e determinam legalmente o uso de sistemas digitais e computacionais. O uso da tecnologia pelo governo – e a transformação do governo através do seu uso – é o principal interesse e preocupação desta investigação da Data & Society sobre o Estado Datificado.

O Estado Datificado surge de uma abundância de dados, em novas formas e formatos, alguns deles procurados, acedidos e obtidos por meio de práticas obscuras. Nos Estados Unidos, o impulso em direção a um Estado Datificado é muitas vezes moldado por crises institucionais. A falta de pessoal e os cortes orçamentais combinados com a crescente procura por serviços produzem cargas de trabalho incontroláveis. Novas tecnologias oferecem esperança aos gabinetes e agências governamentais de organizar e automatizar dados para agilizar os fluxos

de trabalho. Noutras partes do mundo, é impulsionado por visões de se modernizar. Globalmente, a pressão por dados e algoritmos computacionais também é moldada por [questões de legitimidade](#); preocupação de que os agentes do Estado sejam tendenciosos ou possam até cometer fraudes.

Quão datificado está o Estado hoje? Quão algorítmico? Quão automatizado? Como podemos descobrir?

A promessa da tecnologia no interesse público

Abordagens para sistemas computacionais baseados em dados dentro do governo oferecem a possibilidade de tecnologia construída no “interesse público”. Os governos procuram resolver problemas e priorizar valores além do ajuste de mercado e do retorno do investimento. Esse trabalho oferece uma oportunidade interna de modelar tecnologia responsável, confiável e acessível. Nos Estados Unidos, a entrega da correspondência orientada por um mandato de acesso universal inspirou projetos-piloto que começaram com o desafio da entrega da correspondência rural, em vez de tratar os destinatários dos serviços de correio rural como uma reflexão tardia. Os governos servem os cidadãos, os constituintes, o público, e não clientes, e interagem com grupos de

defesa, sindicatos, e não apenas indivíduos.

Essa mudança de foco do consumidor para o que é de interesse público é uma reformulação consequente. Uma oportunidade de olhar para dentro da caixa preta.

Os mandatos de responsabilidade pública e a administração da receita tributária também significam que há um maior potencial para os investigadores examinarem o funcionamento de um Estado Datificado. Há um rasto do papel e de requisitos legais para dar acesso a registos públicos. Ainda há muito que não sabemos, mas há a possibilidade de saber mais com o correto enquadramento de investigação e perguntas.

De que maneiras é o Estado Datificado novo?

Lendo trabalhos sobre ferramentas computacionais no governo ao longo das décadas, as coisas começam a parecer de forma suspeita como um trabalho de recorte-e-cola. “Instrumentos atuariais” tornam-se “sistemas especialistas” que se tornam “sistemas de apoio à decisão” e depois “algoritmos” que às vezes são especificados como “aprendizagem por máquina” e, cada vez mais, como “inteligência artificial” (IA). Nem sempre é claro o quanto essa conversa em evolução é sobre mudanças na tecnologia e o quanto é renovação de marca, alavancando a moeda da nova terminologia.

Para uma perspetiva histórica, considere-se Max Weber a escrever sobre a burocracia como uma inovação que surgiu ligada com a Revolução Industrial. Ele descreve a

ascensão do funcionário especialista que segue “regras calculáveis” e decide “sem levar em conta as pessoas”, substituindo o governo dos senhores feudais que eram “movidos por simpatia e favor pessoal, por graça e gratidão”. O caso que apresentou em 1922 é surpreendentemente semelhante aos argumentos feitos agora para que as ferramentas computacionais substituam o julgamento dos burocratas.

Recolher dados sobre as populações e discernir tendências, **calcular e pontuar riscos**, não é uma tendência nova no governo. Nem o uso de listas de verificação, sistemas de pontuação ponderada ou outras práticas destinadas a simplificar, padronizar e despersonalizar o processo.

Então, o que há de novo aqui? São os novos tipos de dados (por exemplo, “exaustão de dados” ou “dados de rastreamento comportamental”) capturados incidentalmente da vida em vez de compostos para bases de dados? É uma questão de magnitude, generalização ou complexidade? As novas ferramentas algorítmicas estão mais próximas de servir como um substituto para a inteligência humana, como afirmam alguns proponentes?

De que maneiras é um Estado Algorítmico?

Essencial para o Estado Datificado são as técnicas usadas para processar os dados. Quais são as características dos algoritmos mais recentes? Qual é a vida social desses algoritmos? Existem novos e **distintos desafios apresentados pela opacidade** das ferramentas computacionais

contemporâneas, como a “IA”. Um relatório de uma equipa da Stanford Law School lamenta que as agências federais nos EUA estejam **frequentemente a usar IA menos “sofisticada”**.

Mas o que significa exatamente “mais sofisticação”?

Sabemos que novas técnicas também têm desvantagens. As suas enormes procuras computacionais levam à **centralização do poder** (para aqueles com acesso à infraestrutura requisitada) e a uma proporcionalmente maior **pegada de carbono**.

De que forma é um Estado Automatizado?

O Estado automatizado é aquele que procura substituir trabalhadores humanos por máquinas. Existem três motivações em geral. Uma, o desejo de alavancar a velocidade computacional para lidar com o trabalho rotineiro e rotinizado com mais eficiência. Em segundo, o desejo de melhorar a precisão, justiça ou consistência da tomada de decisão à luz da falibilidade humana. Terceiro, o desejo de despolitizar a tomada de decisão (ou aparentar fazê-lo) colocando-a fora do alcance da arbitrariedade humana. Essas motivações, no entanto, levantam preocupações distintas sobre supervisão e responsabilidade e sobre a capacidade de procurar recurso no caso de erros ou “bugs” na tomada de decisões. Os esforços para automatizar têm implicações para a democracia participativa. Um estado algorítmico pode levar a um enviesamento

da automação em que os decisores humanos confiam em ferramentas computacionais e nas suas recomendações mais do que deviam, mas também pode ser implementado de maneiras que excluem totalmente a intervenção humana. A legislação da UE, com o RGPD como caso principal, enfatizou o **direito a ter um ser humano no circuito**.

O que faz sentido automatizar no governo? Em que contextos a parceria humano-IA é mais crítica?

De que forma é um Estado de Vigilância?

O uso novo e mais difundido de técnicas de identificação – reconhecimento facial e outros tipos de biometria em particular – levanta preocupações fundamentais sobre as liberdades civis estabelecidas e os direitos humanos universais. Para aqueles visados ou supervisionados pelo Estado, a forma do Estado Datificado operar como um estado de vigilância é muito aparente, embora possa ser menos óbvia para outros. Isso tem implicações para a desigualdade, pois aqueles que escapam desse escrutínio podem beneficiar dele ou convenientemente ignorá-lo. Ao considerar este cenário, focamos a atenção em como os processos de datificação reconfiguram o poder e o controlo. O poder do Estado é expandido pela ampliação da rede de vigilância e do uso de ferramentas de deteção e fiscalização automatizadas. Mas isso é experimentado de forma desigual.

Como é que o Estado discrimina? Como tal regime tecnológico funciona para oprimir

grupos não dominantes de maneiras novas ou diferentes? Como resistem os cidadãos e os grupos? Como o impulso de alimentar algoritmos ou a facilidade de aquisição de dados acaba por alterar o funcionamento do Estado, violando ou operando numa zona cinzenta das liberdades civis? Que diretrizes para a aquisição e uso de dados pelo Estado podem alcançar a proteção das liberdades civis e o devido processo legal?

Como é que o Estado Datificado emerge globalmente?

Os investimentos emergentes em digitalização e datificação em muitas partes do mundo seguem uma lógica desenvolvimentista e, conseqüentemente, são perseguidos como uma tentativa de “alcançar” as sociedades capitalistas avançadas, apropriando-se de intervenções baseadas em dados como exemplos do que significa ser moderno e eficiente. No entanto, as origens e a evolução das práticas de dados do Estado são múltiplas e nem sempre seguem padrões assumidos ou históricos de transferência de tecnologia do norte para o sul ou do oeste para o resto. Os [programas de transferência de dinheiro](#) em todo o mundo foram modelados com base no sucesso do [programa Bolsa Família no Brasil](#). A proliferação de [sistemas de identificação biométricos](#) também tem muito a ver com o sucesso do [Aadhaar na Índia](#). A [inclusão financeira usando telemóveis](#) foi inspirada no [M-Pesa no Quênia](#).

Como o Estado Datificado representa a possibilidade de ser moderno? Onde estão os centros de influência, reinvenção ou

avanço? Como a geopolítica molda as políticas e práticas nacionais em torno da datificação?

O discurso político em torno do desenvolvimento da Índia, por exemplo, mudou ao longo do tempo de investir em necessidades básicas de subsistência (alimentos, roupas e habitação) para infraestruturas materiais (para eletricidade, estradas, água) para, em última análise, a infraestrutura para serviços (reunindo contas bancárias, identidades biométricas e números de telemóvel). A visão utópica do estado indiano define a sua ambição muito para lá de “alcançar” o Ocidente. Líderes do governo e trabalhadores comuns que desenvolvem [estes sistemas procuram reinventar a supervisão e a gestão dos cidadãos e do Estado pela digitalização pervasiva](#). Os planos, é claro, ficam sempre aquém da realidade, mas, na busca de uma certa visão, mesmo os planos mal sucedidos podem remodelar o governo e a sociedade de maneira duradoura.

De que maneiras é experienciado o Estado Datificado?

A reorganização do Estado através da datificação altera a forma como os procedimentos burocráticos são navegados e experienciados no dia a dia. Os antropólogos do Estado há muito que se interessam pelas conseqüências desiguais dos procedimentos burocráticos que medeiam as relações Estado-cidadão. Por exemplo, considere-se o trabalho realizado por [cidadãos de baixa resolução](#) na Índia que procuram (muitas vezes sem sucesso) navegar no sistema nacional

de identificação biométrica Aadhaar, que agora medeia muitos programas de benefícios. Há consequências de vida ou morte de não ser reconhecido dentro deste sistema. Se a cidadania é uma realização prática da forma como o Estado se organiza, então o Estado Datificado muda fundamentalmente a natureza do exercício e da vivência da cidadania. Num Estado Datificado, um cidadão sem dados torna-se menos cidadão. Isso levanta uma miríade de questões.

Como os cidadãos garantem e reivindicam representação de acordo com as principais categorias de dados usadas para organizar os serviços do governo? Ou, pelo contrário, como desaparecem estrategicamente dos sistemas de dados que constituem a sua relação com o Estado?

De que maneiras o Estado Datificado é uma aspiração?

Há questões sobre o que é genuinamente novo aqui, mas também sobre a realidade atual do Estado Datificado.

Que projetos são apenas propostas, experiências ou ideias exploratórias e quais são componentes operacionais do funcionamento do Estado? Como são as ferramentas algorítmicas **atualmente incorporadas** nas práticas de trabalho dentro do governo? Que propostas são projeções do futurismo, sejam utópicas ou distópicas? O que está enraizado na esperança? O que é uma invenção da moda?

Por exemplo, o Serviço Postal dos Estados

Unidos procurou dois projetos distintos de veículos autônomos, um para o serviço rural e outro para transporte de correspondência a longa distância. Os esforços comerciais para desenvolver veículos totalmente autônomos estão em andamento há mais de uma década, mas alguns programas foram abandonados, enquanto outros foram punidos por **prometerem demais** em capacidades e no cronograma.

Onde colocamos as imaginações experimentais (talvez para nunca serem realizadas) na nossa compreensão do Estado Datificado? Que propósito serve o aspiracional, mesmo que nunca seja realizado? Como se relacionam estas visões com o estado atual, às vezes mundano, dos algoritmos no governo?

[Artigo original](#) publicado na Data & Society (CC).

Chegou a hora de olhar para o propósito do digital

LUISA RIBEIRO LOPES, COORDENADORA-GERAL DO INCODE.2030

Falar de tendências é sempre um exercício tão interessante como arriscado.

Falar de tendências tecnológicas será porventura uma tarefa mais fácil, abstraindo-nos das pessoas: Inteligência artificial a entrar em tudo o que utilizamos, aplicações cada vez mais sofisticadas e amigáveis que nos garantem uma vida mais facilitada no acesso a serviços quer públicos, quer privados, com um investimento grande no reconhecimento da voz, metaverso como um novo local de trabalho, socialização, encontro e experimentação de novos negócios, computação avançada e quântica, maior sofisticação na utilização e também dos ciberataques, guerras que se passam no ciberespaço com impacto na vida de cada uma e de cada um de nós e dos governos.

Sustentabilidade com recurso a novas soluções tecnológicas será a grande aposta dos governos e das empresas: procura de soluções energéticas, sociais e ambientais sustentáveis.

A dupla transformação digital e sustentável tem de acontecer. E com que propósito? Que pessoas farão parte e beneficiarão destas transformações?

Quando em 2017 foi criada uma Iniciativa Nacional de Política Pública dedicada ao reforço das Competências digitais das portuguesas e dos portugueses: o INCoDe.2030, sabíamos que melhorar a

capacitação digital era um imperativo para garantir o exercício pleno da cidadania e para melhorar o desempenho da economia e do emprego, mas não sabíamos que o mundo viveria uma pandemia que atingiu em dois anos mais de 506 milhões de pessoas, ou que a Europa viveria, pela primeira vez nos últimos 70 anos uma guerra, cujo fim não conseguimos prever, com uma inflação na zona euro acima dos 10% e uma crise energética e uma situação de seca sem precedentes nos últimos 100 anos. Também não sabíamos que em 2022 o mundo alcançaria 8 mil milhões de pessoas, 100 milhões de refugiados e que cerca de 1,3 mil milhões de pessoas se encontram em risco de pobreza, sendo mais de metade crianças e jovens até aos 18 anos.

Também quando em 2017 foram estabelecidas metas para o digital não era expectável que todos estes eventos, a evolução tecnológica e também o trabalho de tantas organizações públicas, privadas e associativas, bem como a sociedade civil permitissem que chegados a 2022, 5.6 mil milhões de pessoas sejam utilizadores da Internet e que em Portugal mais de 85% da população o faça já regularmente; que 96% dos utilizadores de internet usam o smartphone para acesso à mesma; 130 mil milhões de euros é a estimativa para o comércio eletrónico em Portugal em 2022 (B2C + B2B) e que 88,6% dos profissionais no setor TIC trabalhem remotamente ou num regime de trabalho híbrido.

Todas estas tendências serão aprofundadas nos próximos meses, assim como a falta de pessoas qualificadas para a crescente procura nas mais diversas áreas TIC, com especial destaque para a cibersegurança, dados, Inteligência Artificial, web 3.0, computação avançada. Se tivesse de escolher o foco do digital para 2023: Portugal, a Europa e o mundo precisam de pessoas qualificadas. Pessoas: mulheres e homens a estudar, trabalhar e utilizar o digital, sem restrições de acesso. Um espaço digital livre, aberto e acessível a todas e a todos.

A capacitação digital continuará a ser fundamental. É parte intrínseca da aposta na educação, na formação, na qualificação, na requalificação e na Inovação. A transição digital tem de ser feita pelas pessoas e para as pessoas, com a tecnologia como ferramenta.

Como se refere na Declaração Europeia sobre os direitos e princípios digitais para a década digital, aprovada em fevereiro deste ano e publicada em novembro de 2022,

“As pessoas estão no centro da transformação digital na União Europeia. A tecnologia deve servir e beneficiar todos os europeus e capacitá-los para prosseguirem as suas aspirações, em total segurança e no respeito dos seus direitos fundamentais e com foco na solidariedade e inclusão: a tecnologia como fonte de união e não de divisão entre as pessoas.”

Não existem dúvidas quanto à dimensão do digital. Importa olhar para o propósito que queremos imprimir para o nosso

futuro coletivo com a crescente aposta no digital e na inovação tecnológica. Importa uma reflexão em torno do propósito que, a nosso ver, tem de ser humanista: melhorar a vida das pessoas, capacitando, garantindo o combate à pobreza, à desigualdade, promover a dignidade e o exercício pleno da cidadania de todas e de todos, independentemente da idade, origem, género, situação económica, zona do território em que residem.

Elegemos, pois, para 2023, a tendência de colocarmos as pessoas no centro do desenvolvimento do digital, fonte de inclusão de todas e de todos. Nós cá estaremos para fazer a nossa parte.

Rever os objetivos da política de captação de investimento estrangeiro

LINO FERNANDES, ECONOMISTA, EX-PRESIDENTE DA AGÊNCIA DE INOVAÇÃO

A tendência dominante, da **digitalização** de todas as atividades, está na base de uma crescente procura pelos recursos humanos com a formação que permita responder a essas necessidades. Portugal, em resultado da política de aposta na formação seguida nas últimas décadas, tem uma oferta significativa e de qualidade deste tipo de recursos humanos, que tem servido de base para uma política de captação de investimento direto estrangeiro (IDE). E as entidades responsáveis parece estarem satisfeitas com os resultados alcançados.

“A qualidade do talento nas áreas das Tecnologias de Informação (TI) tem sido crítica para atrair investimento estrangeiro para Portugal. Fujitsu, Microsoft ou Siemens são exemplos de uma primeira vaga de multinacionais que criaram centros de serviços ou de inovação internacionais em Portugal. Coexistem com uma nova geração de investimentos, de companhias como a Uber ou a Revolut. Portugal foi o oitavo país da Europa com maior número de projetos de investimento estrangeiro captados em 2021. Os projetos ligados às TI representam um terço do emprego que vai ser criado e quase metade da despesa prevista de 8 mil milhões de euros”, [refere-se](#).

Portugal bateu um novo recorde na angariação de novos clientes, segundo uma [entrevista](#) de Luís Castro Henriques, presidente da AICEP, em 22 de outubro de 2022. “Há muito mais procura por Portugal do que existia há uns anos”. “Em 2014,

angariávamos cerca de quatro centros de serviços por ano. Em 2022, em outubro, já vamos em 30”, apontou, referindo como o que “é mais interessante ver” é que a **preponderância destes centros de serviços é a de desenvolvimento de software**.

Os resultados medem-se pelo aumento da exportação de serviços TIC (tecnologias de informação e comunicação) que ultrapassou os 2.000 milhões em 2020, e os 3.000 milhões no ano seguinte. “Este é um [sector que está a crescer imenso](#), hoje em dia já representa mais de 70.000 postos de trabalho”, disse o presidente da AICEP.

São resultados positivos, mas podemos interrogar-nos se não poderemos ainda alcançar mais da valorização desses recursos tão disputados. “A escassez de recursos humanos qualificados nas áreas tecnológicas há muito que se fazia sentir, sobretudo na Europa. Uns anos antes da pandemia, estudos apontavam que faltariam, em 2020, entre 800 mil e um milhão de profissionais de TI para responder às necessidades das empresas.

A crise sanitária, provocada pela Covid-19, que forçou o mundo a adaptar-se rapidamente ao teletrabalho, veio agravar esta tendência, pois muitas empresas aceleraram os seus projetos de digitalização”, [escreveu](#) Helena Peralta. É, pois, natural que essas grandes empresas estrangeiras procurem os recursos humanos onde existem com qualidade,

como é o nosso caso, e acessíveis com salários mais baixos do que nos seus países.

A natureza especializada desses postos de trabalho, enquanto segmentos parcelares das cadeias de valor interno às organizações, cria o risco de poderem ser deslocados para os seus escritórios noutros países. Não seria a primeira vez.

Também não é segredo que, em algumas áreas, o mercado começa a ficar saturado, como se reflete na postura de empresas nacionais de software, que se manifestam contra esta política de captação de IDE que está a levar ao aumento dos ordenados no software. É que, entretanto, essa política de apoio à formação avançada também tinha vindo a tornar possível a emergência de um setor empresarial nacional competitivo internacionalmente. “Com o teletrabalho a facilitar a economia global, multinacionais recrutam cada vez mais profissionais de TI em Portugal, com salários mais elevados”, refere Helena Peralta. É “um problema para as tecnológicas nacionais, que correm risco de perder os melhores talentos”.

O problema não é novo. **“A falta de recursos humanos em TI já era uma realidade, a pandemia só veio acelerar esta situação.** Há multinacionais, com origem nos Estados Unidos, na Inglaterra, na Holanda, entre outros locais, a recrutar em Portugal, muitas vezes através das redes sociais, como é o caso do LinkedIn, e que fazem ofertas muito aliciantes aos talentos nacionais”, notou Pedro Santos, diretor de Incubação e Aceleração do Instituto Pedro Nunes (IPN), em Coimbra.

Victor Batista, CEO e co-fundador da Present Technologies, empresa de desenvolvimento de software sediada em Coimbra, admite que é um problema real para os negócios nacionais porque “se a pandemia veio fechar algumas fronteiras físicas, na nossa área trouxe a globalização completa. O que está a acontecer de momento é que os ordenados estão a subir e a disponibilidade de profissionais no mercado é cada vez menor, em contraciclo com a maioria das outras áreas. Este é, sem dúvida, um assunto delicado para as empresas de TI, pois é o nosso maior risco à data atual. Implica também que as empresas nacionais compradoras de serviços de TI tenham de pagar mais por esses serviços”. Para este empresário, “muitas companhias estrangeiras de TI estão a instalar-se em Portugal com o apoio do Governo, com o único pretexto de criarem emprego. O problema é que esta atividade tem pleno emprego, o que ajuda à ‘bolha especulativa’ em torno dos ordenados. As nossas autoridades deveriam exigir outro tipo de investimento a estas companhias”.

Segundo um relatório da sociedade de capital de risco Atómico, de dezembro de 2020, Portugal era o país europeu onde era “mais difícil preencher vagas em empresas tecnológicas”. Isto acontecia “depois de Portugal, nos últimos anos, ter convencido multinacionais como a Cloudflare, Mercedes, Volkswagen, BMW, Euronext e Natixis a abrirem centros tecnológicos em solo nacional”.

Segundo as declarações, numa [entrevista](#) de Cristina Fonseca, da Indico, “há uma desaceleração no mercado de

investimento”, porque “há menos startups a surgir”, devido ao mais “difícil acesso a talento” por parte deste tipo de empresas.

Seria mais interessante se, em lugar de uma especialização concentrada no software, esses investimentos compreendessem também outros perfis, convergentes na **Internet das Coisas (IoT)**, em que o software se casa com outras áreas da engenharia, possibilitando que os empregos criados pelo software abram também para a criação de empregos em outras áreas, nomeadamente industriais, que tendo menor grau de formação possam beneficiar da atração das empresas estrangeiras, pela atratividade do software nacional. Um exemplo interessante é o investimento da Bosch no setor das **bicicletas elétricas**.

Esta empresa vai lançar, em Ovar, uma nova área de negócio dedicada às e-bikes, prevendo-se o recrutamento de 30 técnicos e engenheiros e 21 pessoas para investigação e desenvolvimento (I&D), mas também o recrutamento de 300 trabalhadores para a equipa de produção deste novo tipo de bicicletas. Os últimos não teriam decerto esta oportunidade sem a qualificação dos primeiros, e sabemos como a maioria da nossa mão-de-obra ainda tem níveis de formação escolar limitados.

Temos de partir dos **pontos fortes da nossa indústria**, que possam estabelecer pontes com as áreas mais avançadas da formação. É o caso da indústria dos moldes e ferramentas especiais, cujas exportações alcançaram quotas verdadeiramente importantes nos mercados europeu e

mundial. Os pontos fortes são um ativo de que devemos tirar partido para acelerar o processo de desenvolvimento. **Quotas de mercado internacionais** relevantes significam a existência de capacidade empresarial, competência tecnológica, conhecimento dos mercados, domínio de canais comerciais e contributos positivos para a imagem internacional do País. Queremos aumentar o emprego qualificado tirando maior partido da “geração mais qualificada de sempre”. **Nas cadeias de valor**, o desenvolvimento de produto é a fase que mais recorre a trabalho de maior nível de formação. Será possível o reforço da nossa competitividade nos serviços de desenvolvimento de novos produtos articulando, em “tripé”, três pontos fortes da nossa economia:

- a indústria de **moldes e ferramentas especiais**, caso especial de elevada quota de mercado internacional e que, partindo de uma elevada capacidade produtiva, foi desenvolvendo competências de engenharia e projeto de produto, indo até à prototipagem e produção de pré-séries, tirando partido da tendência de desenvolvimento das tecnologias aditivas;
- a indústria eletrónica, em alguns segmentos, como o das **placas eletrónicas**, da **instrumentação e das telecomunicações**, que permitem a articulação com outro setor competitivo, o do software;
- os **serviços de software**, que têm qualidade reconhecida internacionalmente, como ressalta da importância dos investimentos realizados no país por multinacionais de nomeada e do sucesso

internacional de algumas empresas de origem nacional.

A articulação destes setores, para **viabilizar uma especialização no desenvolvimento de produto**, será uma forma de lhes acrescentar valor.

O desenvolvimento de novos produtos, indo até ao fabrico de protótipos e pré-séries, é só por si uma atividade qualificada, mas pode ser ainda uma forma de atração de investimento para as fases seguintes, do seu fabrico e montagem, no território nacional, ou mesmo junto aos mercados de destino finais, o que cada vez será mais facilitado pelo desenvolvimento das tecnologias aditivas ou de impressão 3D.

A Internet das Coisas permite um grande alargamento dos mercados, não só com novos produtos, mas também com o redesenho dos antigos.

A ligação, em curso, ao território nacional, de redes internacionais de fibra ótica é favorável a atividades que passem pela circulação interativa de dados, como é caso do desenvolvimento de produtos em cooperação internacional. Porque o desenvolvimento de produto é atualmente uma atividade, de suporte digital, que possibilita a interação, ao nível internacional, entre os diversos participantes no processo: as empresas clientes, designers, diversas especialidades de engenharia, e de marketing, os fornecedores futuros de peças e componentes, etc. Na captação deste processo, intensamente interativo, temos ainda mais duas vantagens nacionais e três internacionais.

Nas nacionais, destacamos:

- a existência de um vasto leque de competências científicas, que podendo não ter massa crítica para o desenvolvimento de novos setores económicos, poderão ser suficientes, para participarem num processo altamente interdisciplinar, como é o do desenvolvimento de produtos;
- uma diversificação relevante do tecido industrial, nomeadamente no fabrico de peças e componentes, que podem entrar numa grande variedade de produtos finais, das indústrias da mobilidade, mas também em bens de equipamento e eletrodomésticos.

Nas vantagens internacionais, podemos contar com:

- os poucos fusos horários de diferença, com os EUA e a Europa, que torna possível o trabalho conjunto à distância, durante uma grande parte do dia normal de trabalho;
- o tempo de viagem por avião, muito curto, dos participantes europeus no processo de desenvolvimento, para contactos presenciais, que continuam a ser necessários;
- a atratividade das nossas condições de vida na captação para Portugal de especialistas que nos possam faltar.

A **digitalização** dos produtos e processos não é necessariamente sinónimo de desmaterialização, a Internet das Coisas é disso demonstração. E isso é-nos favorável, por permitir tirar partido de

fatores de diferenciação, por algumas vantagens do nosso tecido industrial e pelo potencial dos nossos portos na diversificação do relacionamento para os mercados de outros Continentes. Ao criar maior valor, a articulação da nossa capacidade no software com os outros dois tipos de setores, permitirá criar mais e melhor remunerado emprego, às outras especialidades de formação superior e mesmo a muitos trabalhadores que ainda não atingiram esse nível de formação.

A ilusão do declínio moral

E outras ilusões que não são suportadas por dados fiáveis

JAMES BREINER

Parece haver uma tendência humana natural de acreditar que as pessoas hoje são piores do que as pessoas das gerações anteriores. Que as pessoas costumavam ser educadas, atenciosas e generosas, mas agora são mesquinhas e cruéis.

Basta olhar para todos os crimes, diz-se. E as crianças! Elas não respeitam ninguém nem nada como nós fazíamos quando éramos crianças. Etc., etc., etc. Por outras palavras, o mundo está perdido. A civilização está prestes a colapsar. Passe algum tempo nas redes sociais e a ler notícias e concluirá que estamos todos condenados.

Podem os cientistas sociais ter uma maneira diferente de olhar para o que vemos ao nosso redor? Ouvi [um economista e um psicólogo a falarem sobre isto](#) no podcast de Steven D. Levitt, “People I (mostly) admire”. Levitt, o economista, entrevistava Dan Gilbert, um psicólogo de Harvard, autor do best-seller “Stumbling on Happiness” e apresentador da série de televisão “This Emotional Life” na PBS.

Gilbert está a investigar o que ele chama de “a ilusão do declínio moral”. Ele resume-a assim:

“Quando os investigadores perguntam às pessoas: ‘A moralidade diminuiu nos últimos X anos?’, elas dizem: ‘Oh, sim, claro’”. Mas as pessoas dão a

mesma resposta em 2022 que deram em 1980 ou 1950 ou 1937, diz Gilbert. Por outras palavras, as pessoas pensam sempre que as outras pessoas estão a piorar.

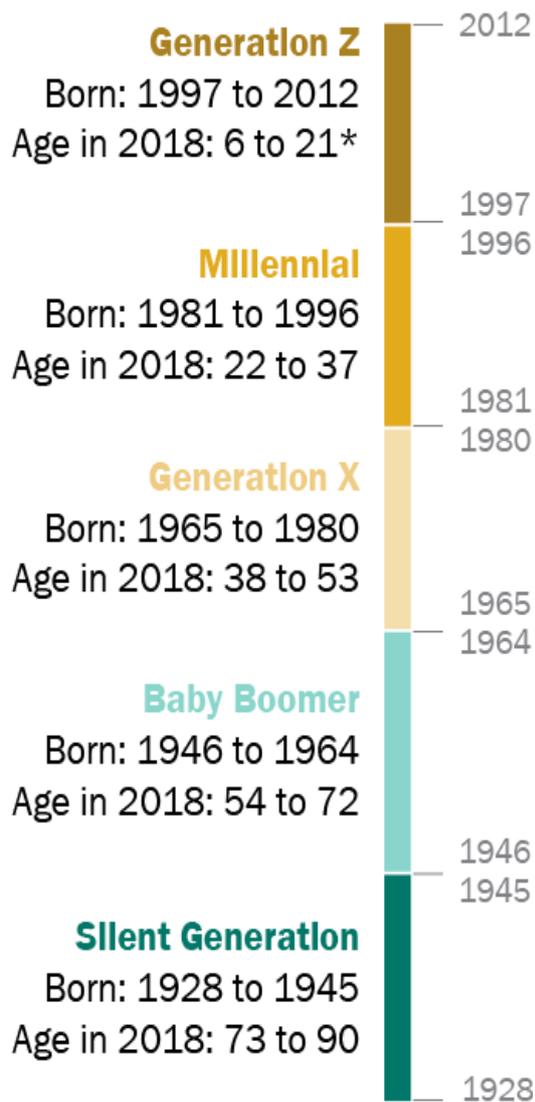
“Os ‘millennials’ são piores do que os ‘baby boomers’”

Levitt comparou isto com a sua própria investigação, que mostrou como as taxas de criminalidade caíram significativamente durante a década de 1990, mas que as sondagens mostravam que as pessoas continuavam a pensar que o crime tem piorado. Levitt fez uma investigação rigorosa que mostrou que a **decisão Roe v. Wade contribuiu para uma grande redução no crime em 20 anos**. A conclusão: crianças indesejadas são as mais propensas a tornarem-se criminosos violentos.

Levitt mencionou então o livro de um colega, Steven Pinker, cuja própria pesquisa reforçou as conclusões de Levitt: [“The Better Angels of Our Nature: The Decline of Violence In History And Its Causes”](#).

Gilbert acrescentou que as pessoas “pensam que parte do declínio da moralidade é que todos nós estamos a piorar à medida que envelhecemos, mas também acham que os ‘millennials’ são piores do que os ‘baby boomers’ e que estes são piores do que a ‘silent generation’, etc.”

The generations defined



*No chronological endpoint has been set for this group. For analytical purposes, Generation Z is defined as those ages 6 to 21 in 2018.

PEW RESEARCH CENTER

“Estas crianças de hoje”

Tudo isto leva-me a considerar as frequentes queixas que ouço de professores universitários sobre os seus alunos. O argumento é o seguinte: “Os miúdos de hoje não são tão sérios e dedicados à aprendizagem como nós éramos há uma geração”.

Mas espere. Quem está a afirmar isto? Provavelmente alguém com um doutoramento ou outro grau académico de topo. Isso significa que, quando eram estudantes, estavam entre a pequena percentagem totalmente entusiasmada com a influência das Crónicas de Holinshed nas peças históricas de Shakespeare. (Culpado. Sem nenhum doutoramento, mas achei Holinshed fascinante.)

É verdade que os professores a todos os níveis enfrentam novos desafios na sala de aula por causa da tecnologia – os smartphones e a indústria da distração que é a media social pode tornar mais fácil para os alunos não prestarem atenção ao que o professor está a dizer. Mas, realmente, quando é que a maioria dos alunos presta 100% de atenção a qualquer palestra? (A ler o meu texto “[Professors of the Book; students of The Smartphone](#)”).

O filósofo grego Platão protestou contra a (relativamente) nova tecnologia da escrita há 2.400 anos. Ele achava que escrever e ler tornava os seus alunos preguiçosos e estúpidos. Soa familiar? Ele parecia-se muito com os professores que estão contra as pesquisas no Google ou a Wikipedia:

“Se os homens aprenderem isto (a escrita), isso implantará o esquecimento nas suas almas. Eles deixarão de exercitar a memória porque se apoiam no que está escrito, chamando as coisas à lembrança não mais de dentro de si, mas através de marcas externas.

O que se descobriu é uma receita não para a memória, mas para a recordação. E não é verdadeira sabedoria que se oferece aos discípulos, mas apenas a aparência da sabedoria, pois contando-lhes muitas coisas sem os ensinar, isso os fará parecer saberem muito, embora na maioria das vezes não saibam nada.

Platão, Fedro

Quando é que eles aprenderam algo

Sendo alguém que passou cerca de 10 anos no ensino universitário, questiono-me muito sobre como sabemos quando estamos a ser eficazes. Quando, como professores, sabemos que os alunos aprenderam o que estamos a tentar ensinar. E como medimos isso - com um exame de múltipla escolha? Essa é uma ferramenta patética.

Voltando a Dan Gilbert, o psicólogo - ele diria que as pessoas aprendem quando estão totalmente empenhadas em algo. Quando a sua atividade se assemelha mais a uma criança a brincar, totalmente focada no que está a fazer. E esse foco a 100% está associado à alegria, à felicidade.

Isto corresponde à minha própria experiência com alunos e aprendizagem. Nos últimos três anos da minha vida como avô, fiquei absolutamente surpreendido com a maneira como aprendem as crianças muito pequenas. Assim, um dos meus objetivos como professor é criar atividades nas quais os alunos possam ter aquela

experiência reveladora de deslumbramento que as crianças têm quando descobrem algo novo.

Química e descoberta

Isto não significa que o professor deva ser um “entertainer”. Significa que os seus métodos são interessantes. Durante o confinamento do Covid, participei em várias sessões de Zoom conduzidas pelos melhores professores de química e biologia da Universidade de Navarra - “melhor” tanto nos índices de satisfação dos alunos como no desempenho dos alunos nos exames nacionais.

Estes excelentes professores concebem atividades para que os alunos possam experimentar em primeira mão essa emoção reveladora da descoberta. Estas experiências tornam inesquecíveis as teorias por trás da ciência.

E o que ficou claro para mim foi quanta reflexão e esforço foram investidos na conceção de cada aula. Foi precisa muito mais criatividade e acompanhamento por parte dos professores de ciências do que simplesmente preparar alguns slides e dar uma palestra.

Ensinar e aprender pode ser um trabalho árduo. Mas esse trabalho é divertido para nós quando estamos focados. Músicos, atletas e outros artistas passam geralmente horas a fazerem exercícios rotineiros e aborrecidos. Eles fazem isso pela recompensa de estarem totalmente comenetrados quando estão no palco ou numa competição.

Pensamentos finais

As pessoas não são racionais. Somos maus em matemática, em estatística e no julgamento do risco. Os nossos instintos enganam-nos muitas vezes (achei Daniel Kahneman eloquente sobre este assunto em [“O que devemos dizer aos empreendedores sobre o risco”](#)).

Nós, os professores e a geração mais velha, exageramos muitas vezes o nosso próprio conhecimento sobre o mundo. Também subestimamos o valor que as gerações mais jovens trazem quando apontam os erros e as hipocrisias da nossa geração. Às vezes chamamos a isso “desrespeito”.

Também exageramos o conhecimento da geração mais jovem sobre as novas tecnologias. Eles são melhores a comprar bilhetes online, mas não conseguem ver como são manipulados pelos sistemas que estão a usar. Eles não conseguem ver como cedem a privacidade que valorizam pela conveniência de uma fácil interface.

Estas crianças de hoje - elas não são piores. São exatamente como éramos com aquela idade. São felizes na sua ignorância, céticos em relação à autoridade, tola mente temerários, brilhantemente criativos, deliciosamente otimistas e gratos pela orientação quando se metem em problemas.

Precisamos de ser os seus melhores guias, ajudando-os a encontrar o seu próprio caminho e as suas próprias soluções. Os nossos métodos não irão funcionar para eles.

Artigo original publicado em James Breiner: Entrepreneurial Journalism, reproduzido com autorização do autor.

