

O viés moral por trás dos seus resultados de pesquisa | Andreas Ekström

Sempre que visito uma escola e converso com os alunos, faço a mesma pergunta: porque é que usam o Google? Porque é que o Google é o motor de busca preferido de vocês? Curiosamente, recebo sempre as mesmas três respostas. Primeiro, "Porque funciona", o que é uma ótima resposta; é por isso que eu também uso o Google. Segundo, alguém dirá: "Na verdade, não conheço nenhuma alternativa". Esta já não é uma resposta tão boa e a minha reação costuma ser: "Experimentem pesquisar a palavra 'motor de busca' no Google, podem encontrar algumas alternativas interessantes". Por último, mas não menos importante, um aluno inevitavelmente levanta a mão e diz: "Com o Google, tenho a certeza de que vou obter sempre o melhor resultado de pesquisa imparcial". Agora, como um homem das humanidades, embora das humanidades digitais, isto arrepia-me, mesmo que reconheça que essa confiança, essa ideia do resultado de pesquisa imparcial, é uma pedra angular do nosso amor coletivo e apreciação pelo Google. Vou mostrar-vos porque é que, filosoficamente, isso é quase impossível.

Mas deixem-me primeiro elaborar um pouco sobre um princípio básico por trás de cada consulta de pesquisa que, por vezes, parecemos esquecer. Então, sempre que se propõem a pesquisar algo no Google, comecem por perguntar: "Estou à procura de um facto isolado?" Qual é a capital de França? Quais são os blocos constituintes de uma molécula de água? Ótimo — pesquisem no Google. Não há um grupo de cientistas prestes a provar que a capital é, na verdade, Londres, ou que é H₃O. Não existe uma grande conspiração sobre estes factos. Concordamos, à escala global, quais são as respostas para estes factos isolados.

Mas se complicarem a vossa pergunta um pouco mais e questionarem algo como: "Porque é que existe um conflito entre Israel e a Palestina?", não estão propriamente à procura de um facto singular. Estão à procura de conhecimento, o que é algo muito mais complexo e delicado. E, para chegar ao conhecimento, precisam de colocar 10, 20 ou 100 factos sobre a mesa, reconhecê-los e dizer: "Sim, todos estes são verdadeiros". Mas, devido à vossa identidade — jovens ou

idosos, negros ou brancos, homossexuais ou heterossexuais —, irão valorizá-los de maneira diferente. Dirão: "Sim, isto é verdade, mas isto é mais importante para mim do que aquilo".

É aqui que se torna interessante, porque é neste ponto que nos tornamos humanos. É quando começamos a debater e a formar a sociedade. Para realmente chegarmos a algum lugar, precisamos de filtrar todos os nossos factos através dos nossos amigos, vizinhos, pais, filhos, colegas de trabalho, jornais e revistas, para finalmente estarmos alicerçados em conhecimento real — algo que um motor de busca não consegue fornecer de forma eficaz.

Prometi dar-vos um exemplo para mostrar porque é tão difícil alcançar um conhecimento puro, limpo e objetivo — uma ideia para reflexão. Vou fazer algumas consultas simples. Comecemos por "Michelle Obama", a primeira-dama dos Estados Unidos. Vamos clicar para ver as imagens. Funciona muito bem, como podem ver. É um resultado de pesquisa perfeito, mais ou menos. É apenas ela na foto, nem sequer aparece o presidente. Como funciona? É simples. O Google usa muita inteligência para conseguir isto, mas foca-se em duas coisas principalmente. Primeiro, o que diz a legenda por baixo da imagem em cada site? Diz "Michelle Obama" por baixo da imagem? É uma boa indicação de que realmente é ela. Segundo, o Google analisa o nome do ficheiro da imagem carregado no site. Se se chamar "MichelleObama.jpeg", é uma boa indicação de que não é Clint Eastwood na foto. Com estas duas informações, obtém-se um resultado de pesquisa como este — quase perfeito.

No entanto, em 2009, Michelle Obama foi vítima de uma campanha racista, em que o seu rosto foi distorcido para parecer o de um macaco. Esta imagem espalhou-se pela internet, e as pessoas publicaram-na com legendas a dizer "Michelle Obama" e nomes de ficheiro como "MichelleObama.jpeg" para manipular os resultados de pesquisa. Funcionou. Quando pesquisávamos imagens por "Michelle Obama" em 2009, essa imagem ofensiva aparecia entre os primeiros resultados.

Embora os resultados sejam autolimpantes — o que é a beleza do sistema —, desta vez o Google não se conformou. Consideraram que era um resultado racista e mau e decidiram intervir manualmente. Escreveram código e corrigiram o problema. E não creio que alguém nesta sala pense que foi uma má decisão. Eu também não.

No entanto, alguns anos depois, Anders Behring Breivik, o Anders mais pesquisado do mundo, cometeu os atentados de 22 de julho de 2011 na Noruega. Este terrorista fez explodir edifícios governamentais em Oslo e matou dezenas de jovens em Utøya. Preparou os seus atos cuidadosamente, incluindo o impacto da pesquisa no Google sobre ele.

Nikke Lindqvist, um especialista em otimização de motores de busca, percebeu isso e lançou uma campanha: pediu às pessoas para publicarem imagens de fezes de cão com o nome "Breivik.jpeg" para associar o terrorista a essa imagem nos resultados de pesquisa. Funcionou. Quando pesquisávamos imagens de Breivik, víamos essas imagens de fezes como um pequeno protesto.

Curiosamente, desta vez, o Google não interveio para corrigir os resultados.

A pergunta importante é: há alguma diferença entre estes dois casos? Claro que não. É a mesma situação, mas o Google interveio num caso e não no outro. Porquê? Porque Michelle Obama é uma pessoa honrada e Anders Behring Breivik é desprezível. Uma avaliação moral foi feita, e o Google tem o poder de decidir quem merece proteção e quem não merece.

Por detrás de cada algoritmo, existe sempre uma pessoa com crenças pessoais que nenhum código consegue erradicar totalmente. A minha mensagem não é apenas para o Google, mas para todos os que acreditam cegamente no poder do código. Precisam de reconhecer os vossos próprios vieses pessoais e assumir responsabilidade por eles. É imperativo fortalecer a relação entre as humanidades e a tecnologia para compreendermos que a ideia de um resultado de pesquisa imparcial e limpo é, e provavelmente continuará a ser, um mito.

Obrigado pelo vosso tempo.