

HUMANISMO DIGITAL: ÉTICA NA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL REQUER COMPROMETIMENTO DOS CONSELHOS DE ADMINISTRAÇÃO

Na pauta dos negócios, a inovação se transformou em imperativo categórico: empresas que não se reinventam definham. Inovar é essencial para manter e ampliar a competitividade. No campo das estratégias digitais, a inovação acontece por vias diversas e sensibiliza diferentes aspectos do negócio: a concepção de um novo produto ou de um novo serviço, a adoção de novos modelos de produção, a abertura de novos mercados ou a descoberta de novas fontes de matéria-prima, entre outros, dá-se pelo cuidado de permanecer relevante para clientes, parceiros e colaboradores. Porém, a inovação precisa ser materializada em vantagem competitiva, produzindo valor. Do contrário, ganha apenas o contorno de experiência lúdica.

Pelos diversos canais de interação digital, as pessoas acessam dados, ofertando dados. Robôs baseados em inteligência artificial (IA) viabilizam, pelo uso de dados trocados ininterruptamente, uma interação entre humanos e máquinas nunca imaginada. Não é por acaso que a IA está na maioria das pautas de inovação nas organizações, recebendo massivos investimentos financeiros nos últimos anos. De acordo com a Forbes, 80% das empresas já estão investindo ou têm planos para expandir o investimento em IA (McFadden, 2019).

Se imaginarmos um mundo altamente dependente da IA, profundamente sensibilizado por tais algoritmos em situações comuns, corremos o risco de que as máquinas incompatibilizem seus êxitos com os valores e necessidades humanos, frisando que elas são instruídas segundo nossas intenções de automatização (aquilo para o que foram programadas). Não se trata de fatalismo ou enredo ficcional. Para que as máquinas possam agir segundo nossos valores, seria necessário que fossem incorporados, em seu código, aspectos human-like, o que ainda estamos distantes de descobrir como.

Enquanto os seres humanos sentem, intuem e se baseiam em valores éticos, a tecnologia dispõe apenas da ação baseada na lógica para cumprir seu objetivo. Enquanto nós temos a consciência e baseamos nossas ações em recompensa e aversão, as máquinas são programadas para cumprir eficientemente sua função. Mesmo com os avanços dos cientistas da computação, estamos longe de simular qualquer coisa semelhante ao sofrimento ou empatia nos algoritmos de IA. Isso não quer dizer que as tecnologias não tenham um vasto potencial para ajudar tanto os negócios como a sociedade. Em meados de 2019, cientistas e pesquisadores de diversos países publicaram um documento intitulado “The Vienna manifesto on Digital Humanism” (Werthner et al, 2019). Com tom de reivindicação para deliberar e atuar no desenvolvimento tecnológico atual e futuro, o manifesto encoraja a inovação centrada nos valores e necessidades humanos. Com efeito, este é o núcleo do Humanismo Digital.

Precisamos ter em conta que realmente temos muito menos controle do que imaginamos sobre os efeitos da IA nas inovações aplicadas ao digital e de que os humanos não são entidades digitais. A nossa relação com as máquinas amplia nossas capacidades,

mas estamos longe de qualquer semelhança com os computadores. Nossos cérebros não seguem algoritmos, nós não decidimos ações com base em milhares de centenas de dados que temos à nossa disposição. O DNA não opera digitalmente e nem se assemelha ao padrão digital. Sob o ponto de vista da evolução, cada um de nós é um instante de um processo que começou há milhões de anos (Lee, 2020-1). Nossa relação com as máquinas se dá como uma coevolução: as máquinas se modificam pela nossa influência e elas também nos modificam por influência, como em simbiose (Lee, 2020).

Para efeito do humanismo digital, a sugestão é promover a inovação nos negócios pelo viés da governança centrada nos valores e necessidades humanos, assumindo a coevolução das duas estratégias. Tendo em vista que toda inovação nos transforma e este novo “nós” transforma as estratégias de inovação, oferecendo novo contexto para as razões que nos levam a fazer isto ou aquilo, a responsabilidade dos Conselhos de Administração é gigantesca. O espaço digital forma opiniões e promove experiências de maneira muito rápida, alterando culturas da noite para o dia, desenvolvendo ontologias em fração de segundos, alterando nossa visão de mundo antes que possamos entender a circunstância em que o mundo se encontra. Para que a ética esteja embarcada nas estratégias de inovação digital, precisamos garantir que os Conselhos de Administração, os empreendedores, os executivos, os desenvolvedores e os governos também se comprometam com a ética, atuando com ela e para ela. Nas palavras de Edward Ashford Lee (2020-1): “Let us celebrate our humanity even as we digitized our world” (“Vamos celebrar a nossa humanidade, mesmo quando digitalizamos o nosso mundo”).