



ESCOLA DE COMUNICAÇÃO,  
ARTES E DESIGN  
FAMECOS

# REVISTA FAMECOS

mídia, cultura e tecnologia

Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 29, p. 1-5, jan.-dez. 2022

e-ISSN: 1980-3729 | ISSN-L: 1415-0549

<https://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2022.1.43051>

## RESENHA

### Mídias trapaceiras e a ilusão de inteligência

*Deceitful media and the illusion of intelligence*

*Medios tramposos y la ilusión de inteligencia*

**Sheron Neves<sup>1</sup>**

[0000-0001-5963-9077](mailto:0000-0001-5963-9077)

[sheron\\_n@hotmail.com](mailto:sheron_n@hotmail.com)

**Recebido em:** 1 abr. 2022.

**Aprovado em:** 9 maio 2022.

**Publicado em:** 21 set. 2022.

**Resumo:** A trapaça é um elemento central para o funcionamento da Inteligência Artificial (IA). Esta é a premissa que guia Simone Natale ao longo do livro *Deceitful Media: artificial intelligence and social life after the Turing test* (2021). Para o pesquisador italiano, este tipo de tecnologia se vale de aspectos da percepção e da psicologia humana para criar a ilusão de inteligência. Assim, o autor propõe que passemos a considerar os diferentes graus de trapaça presentes no processo de comunicação entre humanos e máquinas que "aparentam inteligência", o que permitiria uma melhor compreensão de seus reais riscos e de suas implicações éticas, sociais e culturais.

**Palavras-chave:** Inteligência Artificial. Teste de Turing. Assistentes virtuais.

**Abstract:** Deception is a key element for the operation of Artificial Intelligence (AI). This is the main premise of Simone Natale's *Deceitful Media: artificial intelligence and social life after the Turing test* (2021). This type of technology, argues the Italian researcher, relies on aspects of human perception and psychology to create the illusion of intelligence. Thus, the author proposes that we begin to consider the different levels of deception involved in the communication process between humans and machines that "appear intelligent". That would allow a better understanding of the real risks and the ethical, social e cultural implications.

**Keywords:** Artificial Intelligence. Turing test. Virtual assistants.

**Resumen:** El engaño es fundamental para el funcionamiento de la Inteligencia Artificial (IA). Esta es la premisa que guía a Simone Natale a lo largo de su libro *Deceitful Media: artificial intelligence and social life after the Turing test* (2021). Para el investigador italiano, este tipo de tecnología hace uso de aspectos de la percepción y psicología humana para crear la ilusión de inteligencia. Así, el autor propone que empecemos a considerar los diferentes grados de engaño presentes en el proceso de comunicación entre humanos y máquinas que "aparentan inteligencia", lo que permitiría comprender mejor sus reales riesgos y sus implicaciones éticas, sociales y culturales.

**Palabras clave:** Inteligencia Artificial. Prueba de Turing. Asistentes virtuales.

NATALE, Simone. **Deceitful Media:** artificial intelligence and social life after the Turing test. New York, NY: Oxford University Press, 2021.

A trapaça é elemento central para o funcionamento da Inteligência Artificial (IA). Esta é a premissa que guia o raciocínio de Simone Natale ao longo do livro *Deceitful Media: artificial intelligence and social life after the Turing test*. Para o pesquisador e professor da Universidade de Turim, o debate em torno da IA necessita ser questionado – e reformulado – a partir de tal premissa. Focando, principalmente, na IA comunicativa (aplicações



Artigo está licenciado sob forma de uma licença  
[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

<sup>1</sup> Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, RS, Brasil.

desenhadas para a comunicação com usuários humanos, como *chatbots* e assistentes de voz), o pesquisador italiano se propõe a examinar a relação entre trapaça e IA, uma vez que, em sua visão, este tipo de tecnologia se vale de certos aspectos da percepção e da psicologia humana para criar a ilusão de inteligência.

Antes de seguirmos, entretanto, é imprescindível que nos debruçemos sobre os equivalentes em português de dois termos centrais para a construção de seu raciocínio: *deceitful* e *deception*. De acordo com o *Online Cambridge Dictionary*, o adjetivo *deceitful*<sup>2</sup> é usado na língua inglesa para descrever algo enganoso, fingido ou trapaceiro. Da mesma forma, o substantivo *deception*<sup>3</sup> pode ser traduzido como engodo, enganação ou trapaça.

Enquanto a maioria dos debates e temores em torno da IA tende a focar na possibilidade de tais máquinas virem a desenvolver uma forma de consciência similar à humana, Natale propõe examinar tais sistemas não como inteligentes, mas sim como "capazes de fingir inteligência". Assim, para um real questionamento crítico, ele propõe que abandonemos o que percebe como uma noção binária de trapaça, e passemos a considerar seus diferentes graus, especialmente aqueles menos evidentes. Observar os variados níveis de trapaça presentes no processo de comunicação humano-máquina permitiria uma melhor compreensão dos riscos envolvidos, ajudando na neutralização do poder exercido pelas corporações que se beneficiam destas interações através da coleta e comercialização de dados e que, cada vez mais, controlam o fluxo comunicacional ao redor do globo.

A fundamentação teórica inclui *insights* de diferentes áreas de estudo, desde Antropologia Social, Teoria Ator-Rede (TAR) até Teoria das Mídias, História da Arte e Estudos de Cinema. A partir da combinação destas, o autor propõe um *approach* multidisciplinar para o estudo de tecnologias digitais baseadas na participação

humana para a construção de significado.

Natale nota que costumamos aceitar enganações leves no âmbito das artes (não criticamos um pintor por brincar com elementos visuais, como perspectiva e profundidade de campo) ou do entretenimento (a Tábua Ouija, por exemplo, entretém ao explorar o poder de sugestão, demonstrando que humanos costumam buscar, conscientemente, situações recreativas em que são enganados). Mas a ideia de um desenvolvedor de *software* se utilizando de técnicas para "tappear" usuários em prol de uma interação mais eficiente pode vir acompanhada de críticas. O fato do termo *deception* (assim como seus equivalentes na língua portuguesa) ser associado a atos mal-intencionados ou fraudulentos acaba por gerar resistência à sua utilização pelas comunidades científicas. Por isso, o autor propõe a expressão "trapaça banal" para descrever os mecanismos de enganação leve incorporados às tecnologias que se aproveitam de elementos da percepção e da psicologia do usuário – como a tendência humana de atribuir agência a objetos, ou personalidade a vozes. Mas o fato de a expressão soar inofensiva não significa que sua prática e seu impacto em nossas vidas não mereçam um olhar mais crítico. Este é justamente o objetivo do livro.

### Turing, trapaça e interface

O próprio Alan Turing, em um dos textos fundacionais da IA, *Computing Machinery and Intelligence* (1950), estabelece a trapaça como um dos resultados da interação entre humanos e máquinas inteligentes. Conhecido como "teste de Turing", o experimento avalia computadores com base na sua capacidade de enganar um interrogador humano. Este se comunica com agentes humanos e máquinas, e é desafiado a distinguir qual deles é de fato humano; desta forma, um certo grau de trapaça é esperado. Para Natale, Turing teria colocado humanos e não máquinas no centro da questão, estabelecendo a premissa

<sup>2</sup> DECEITFUL. In: CAMBRIDGE Dictionary. Cambridge: Cambridge University Press & Assessment, [2021?]. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles-portugues/deceitful>. Acesso em: 24 set. 2021.

<sup>3</sup> DECEPTION. In: CAMBRIDGE Dictionary. Cambridge: Cambridge University Press & Assessment, [2021?]. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles-portugues/deception>. Acesso em: 24 set. 2021.

de que tecnologias de IA seriam concebidas a partir da sua credibilidade pelo ponto de vista humano. A questão levantada pelo experimento não seria se máquinas são ou não capazes de pensar, e sim se nós, humanos, acreditamos que máquinas são capazes de pensar. Desta forma, o teste não mediria inteligência, apenas a capacidade de reproduzi-la.

Ao camuflar a complexidade por trás do sistema, a própria interface computacional seria, assim, uma forma de trapaça banal. Ponto de interação entre componentes de *hardware* e *software*, a interface tem como função facilitar a interação entre usuário e máquina, com base no conceito de "computador transparente"<sup>4</sup> de Oettinger (1966). Natale indica que uma interface "amigável" ao usuário seria em si um exercício de trapaça: "uma artimanha à qual nos submetemos voluntariamente quando utilizamos nossos *gadgets* digitais"<sup>5</sup> (2021, p. 47-48).

Assim como o mito grego de Narciso que fica deslumbrado com seu reflexo na água, o ser humano se torna fascinado pelas extensões tecnológicas de seu próprio corpo, conforme observado por McLuhan há mais de cinquenta anos. "Os homens logo se tornam fascinados por qualquer extensão de si mesmos em qualquer material que não seja o deles próprios" (MCLUHAN, 1964, p. 59). Ao ocultar os mecanismos internos do sistema em prol de uma interação mais fluída, a interface contribui para o fascínio exercido pelas extensões digitais. Convencidos de que estamos no controle das interações, nos submetemos ainda mais prontamente às tais "trapaças amigáveis". Natale cita o caso do robô companheiro Jibo, desenhado para parecer amável, diligente e trazer à tona sentimentos de empatia nos usuários. Entretanto, tais características podem parecer menos inocentes se as corporações que os produzem passarem a tirar proveito destes sentimentos de empatia para, por exemplo, influenciar a opinião

política dos usuários.

Em seu excelente artigo "O cão-robô vai buscar [o graveto] para quem?",<sup>6</sup> Judith Donath (2017) examina um anúncio publicitário onde um garoto acompanhado de seu cão-robô observa o horizonte. A criadora do *Sociable Media Group* do MIT questiona até que ponto a imagem remete a algo bucólico e reconfortante ou a um possível pesadelo futurista. A quem o robô se reporta? Para quem ele passa os dados coletados? Para os pais do menino? Para a empresa que o fabrica? Para um grupo de anunciantes? Afinal, como já testemunhado ao longo da história das mídias, cedo ou tarde tais máquinas serão monetizadas via publicidade, o que traz à tona a questão de como sentimentos de empatia por elas alimentados poderiam ser manipulados.

Embora não tenha sido citado por Natale, o filme *Ex Machina* (2014), de Alex Garland, parece se ajustar perfeitamente à sua argumentação. Nele, o jovem Caleb é selecionado para avaliar a robô Ava através do teste de Turing. Ava tem formas femininas, é perspicaz e encantadora, o que leva Caleb a desconfiar das reais intenções do desenvolvedor. "Você a programou para flertar comigo?", pergunta ao criador. Ao longo da história, Caleb eventualmente descobre que a aparência de Ava foi deliberadamente baseada em seu tipo de garota (obtido através de seu histórico de pornografia on-line), e que na verdade *ele* é o foco do teste. Como sugere Jason D. Grinnell (2020), todos os personagens do filme – tanto humanos como máquinas – trapaceiam em algum grau.

### Confiar na Siri?

Poucos após o sucesso do assistente de voz Siri, lançado pela Apple em 2011, as corporações Amazon e Google também introduziriam seus modelos (respectivamente Alexa em 2014, e

<sup>4</sup> Conceito que, ironicamente, não tem a ver com a exposição dos mecanismos internos da máquina, mas sim com interfaces que escondem seu funcionamento para que qualquer usuário possa interagir com o computador de forma mais fluída e intuitiva, sem a necessidade de ser um expert.

<sup>5</sup> Do original: a trick to which we voluntarily surrender when we use any of our digital gadgets.

<sup>6</sup> Do original: The Robot Dog Fetches for Whom?

Google Assistant em 2016). “Fale com a Siri como se ela fosse uma pessoa”<sup>7</sup>, sugeriria a publicidade da Apple em 2011. Para o autor, vozes sintetizadas, mesmo aquelas mais sofisticadas, não têm o poder de nos convencer de que estamos falando com uma pessoa de verdade; criam, entretanto, “condições psicológicas e sociais para que projetemos nelas uma identidade e, de certo modo, uma personalidade”<sup>8</sup> (2021, p. 114). Esta voz sem corpo convida o usuário a preencher os espaços deixados em branco e a tornar a tecnologia *sua*, integrando-a cada vez mais à sua vida e à sua própria identidade.

Exatamente como sugeriria a publicidade do Google Assistant em 2016: “É o seu próprio Google pessoal”.<sup>9</sup> Ou seja, os algoritmos são os mesmos para todos, “mas a expectativa é que você coloque um pouco de você mesmo na máquina”<sup>10</sup> (2021, p. 115). Assim, a máquina – e os algoritmos que permitem que ela aprenda e adapte suas respostas sistematicamente – se adequa ao humano para que este possa então projetar nela seu próprio sentido. Natale acredita que tais tecnologias de IA, apesar de causarem no usuário a impressão de que está no controle das interações, tiram dele o controle efetivo sobre o sistema em rede – por sua vez administrado por conglomerados tecnológicos que têm em mãos potencial para influenciar aspectos sociais, culturais e mesmo políticos da sociedade contemporânea.

Inquietações deste tipo são frequentemente satirizadas pela série de animação adulta *South Park* (1997-2022), conhecida pelo humor ácido e contemporâneo. No nono episódio da 22ª temporada, vemos o fundador da Amazon, Jeff Bezos, espionando a vida privada dos habitantes de South Park através dos dispositivos Alexa e Amazon Echo. Por trás da interface amigável, vemos uma versão sinistra de Bezos – com um gigantesco cérebro – que observa, escuta, grava e manipula. Em um episódio de 2021, situado

no futuro, um dos garotos protagonistas, agora na meia-idade, discute com quem aparenta ser sua esposa, que o critica e insulta o tempo todo. Ao ouvirmos “Alexa, pare!”, percebemos que se trata de uma versão em holograma da assistente virtual da Amazon, que em um minuto chama o usuário de fracassado e no próximo o notifica sobre incríveis ofertas a serem adicionadas à lista de compras.

### Reflexões finais

O texto propõe novos e imprescindíveis questionamentos sobre a relação entre humanos e máquinas ditas inteligentes, detendo-se especialmente na presença disfarçada do elemento de enganação. A partir de tal premissa, o pesquisador argumenta que o funcionamento de tais máquinas estaria terminantemente condicionado a algum tipo de trapaça banal. A abordagem trazida não chega a se enquadrar em um modelo especialmente tecnófobo ou tecnófilo, embora, assim como Scolari (2018), Natale demonstre sua preocupação com o atual mal-estar na cibercultura. Afinal, o que estas máquinas estão transformando, primeiramente, somos nós. Ao nos ocuparmos com narrativas apocalípticas de um futuro imaginado, acabamos menos atentos ao fato de que as reais implicações dos sistemas de AI “devem ser vislumbradas não em um futuro distante, mas em nossas interações atuais”<sup>11</sup> (2021, p. 15). Neste sentido, o livro talvez se beneficiasse com exemplos mais variados de mecanismos de trapaça banal. Afinal, não estamos falando apenas de tecnologias ultrassofisticadas como no caso das assistentes virtuais de voz ou dos robôs companheiros – sejam eles no formato de bichinhos de estimação ou de humanoides (como o recém-lançado Ameca<sup>12</sup>). A IA está presente em nosso dia a dia em mais situações do que gostaríamos de ser lembrados, desde as *geotags* em fotos digitais até os algoritmos de recomendação

<sup>7</sup> Do original: Talk to Siri as you would to a person.

<sup>8</sup> Do original: psychological and social conditions for projecting an identity and, to some extent, a personality.

<sup>9</sup> Do original: It's your own personal Google.

<sup>10</sup> Do original: but you are expected to put a little bit of yourself into the machine.

<sup>11</sup> Do original: are to be seen not in a distant future, but in our ongoing interactions.

<sup>12</sup> Curiosamente, um nome que na língua portuguesa se aproxima um tanto da palavra “ameaça”.

de plataformas sociais como Facebook e TikTok.

Por fim, o autor reforça que a tecnologia não é moldada exclusivamente pela agência de cientistas, *designers* e legisladores, mas também pelo tipo de questionamentos que fazemos sobre ela. Por isso a importância de expor as incertezas ainda presentes e questionar as implicações éticas e culturais que acompanham o processo de coexistência entre humanos e máquinas que *aparentam* inteligência. Afinal, é comum que nos afeiçoemos a objetos com os quais interagimos ao longo de nossa história pessoal, como um livro ou uma peça de roupa. Mas tais objetos não são, em princípio, deliberadamente construídos para gerar este tipo de afeição. Já os sistemas interativos de IA são *propositalmente* desenhados para parecerem conscientes, amáveis, prestativos – e, assim, potencialmente capazes de nos manipular e nos persuadir a longo prazo. Da mesma maneira que Donath (2017) em seu artigo sobre o menino e o cão-robô, Natale nos deixa com uma desconfortável, mas necessária provocação: ainda que nos sintamos menos solitários quando acompanhados de nossos aparelhos inteligentes, é necessário que enxerguemos com clareza na companhia de quem *realmente* estamos.

## Referências

DONATH, Judith. The Robot Dog Fetches for Whom? In: PAPACHARISSI, Z. (ed.). **A Networked Self**: Human Augmentics, Artificial Intelligence, Sentience. London: Routledge, 2018.

GRINNELL, Jason D. Ex Machina as Philosophy: Mencia Ex Machina (Lies from a Machine). In: JOHNSON, D. (ed.). **The Palgrave Handbook of Popular Culture as Philosophy**. Londres: Palgrave Macmillan, 2020.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

SCOLARI, Carlos. El Malestar en la Cibercultura. In: **Blog Hipermediaciones**. [S. l.], 24 maio 2018. Disponível em: <https://hipermediaciones.com/2018/05/24/el-malestar-en-la-cibercultura>. Acesso em: 4 set. 2019.

---

## Sheron Neves

Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), em Porto Alegre, RS, Brasil; mestre (MA) em História das Mídias Visuais e mestre (MPhil) em Estudos de Mídia, pela Birkbeck, University of London, em Londres, Inglaterra. Bacharel em Publicidade e Propaganda pela PUCRS.

---

## Endereço para correspondência

Sheron Neves  
Rua Felipe de Oliveira, 815  
Santa Cecília, 90630-000  
Porto Alegre, RS, Brasil

*Os textos deste artigo foram revisados pela Poá Comunicação e submetidos para validação da autora antes da publicação.*