

Norbert Wiener, pai da Cibernética, um visionário (palestra de Manoel Marcondes Neto)

Norbert Wiener enunciou a cibernética como sendo “o estudo do controle no animal e na máquina”, uma vez que sua disciplina centrou-se no interesse pelo processo de *feedback* ou retroalimentação, tanto nos seres vivos como nos sistemas construídos pelo Homem – por isso sua interação com a robótica –, na verdade sobre máquinas que “respondem” à ação humana. Wiener escreveu:

“A minha tese é a de que o funcionamento físico do indivíduo vivo e o de algumas das máquinas de comunicação mais recentes são exatamente paralelos no esforço análogo de dominar a entropia através da retroalimentação”.

“A retroalimentação é um método de controle de um sistema pela reintrodução, nele, dos resultados de seu desempenho pretérito. Se essa informação for capaz de mudar o método e o padrão geral de desempenho, então teremos um processo a que podemos denominar aprendizagem”.

“A Natureza oferece resistência à decifração. Há ilhas locais e temporárias de entropia decrescente num mundo em que a entropia tende a aumentar globalmente, e a existência dessas ilhas possibilita a alguns de nós afirmar a existência de progresso”.

“Receio estar convencido de que uma comunidade de seres humanos é coisa muito mais útil que uma comunidade de formigas, e de que se o ser humano for condenado a realizar a mesma função restrita repetidamente, não chegará sequer a ser uma boa formiga, quanto mais um bom ser humano”.

“Atualmente, a liberdade de expressar-se se tornou tão dispendiosa, com o custo crescente de periódicos, jornais e serviços de agências jornalísticas, que a atividade da imprensa se tornou a arte de dizer cada vez menos a um número cada vez maior de pessoas. Mais e mais, vemo-nos obrigados a aceitar um produto padronizado, inofensivo e insignificante que, pasteurizado, como o pão branco das padarias, é fabricado antes devido às suas propriedades

de conservação e venda que ao seu valor alimentício”.

“Modificamos tão radicalmente o nosso meio ambiente, que devemos agora modificar-nos a nós mesmos para poder viver nesse novo meio ambiente”.

A realidade incômoda do *big data* e da “mídia programática” (trechos do livro de Jaron Lanier)

Algo totalmente novo está acontecendo. Nos últimos cinco ou dez anos, quase todo mundo começou a carregar consigo, o tempo todo, um aparelhinho chamado *smartphone*, feito sob medida para modificações de comportamento pelos algoritmos. Muitos de nós também usam aparelhos chamados *smart speakers* (alto-falantes inteligentes) na bancada da cozinha de casa ou no painel do carro. Estamos sendo rastreados e avaliados constantemente, e recebendo o tempo todo um *feedback* artificial. Estamos sendo hipnotizados pouco a pouco por técnicos que não podemos ver, para propósitos que não conhecemos. Agora somos todos animais de laboratório.

Os algoritmos se empanturram de dados sobre você a cada segundo. Em que tipos de *link* você clica? Quais são os vídeos que vê até o fim? Com que rapidez tipos de *link* você clica? Quais são os vídeos que vê até o fim? Com que rapidez pula de uma coisa a outra? Onde você está quando faz essas coisas? Com quem está se conectando pessoalmente e *on-line*? Quais são as suas expressões faciais? Como o tom da sua pele muda em diferentes situações? O que você estava fazendo pouco antes de decidir comprar ou não alguma coisa? Você vota ou se abstém?

Supostos “anunciantes” podem se apoderar do momento em que você está perfeitamente satisfeito e influenciá-lo com mensagens que funcionaram com outras pessoas cujas características e situações são iguais às suas. Digo “supostos” porque não é correto chamar de anúncio a manipulação direta. Os anunciantes costumavam ter uma chance limitada de fazer uma abordagem de venda, e essa abordagem podia ser sorrateira e irritante, mas era passageira. Além disso, muita gente via o mesmo anúncio veiculado na TV ou impresso em jornais e impresso em jornais e revistas; ele não era adaptado para cada indivíduo. A maior diferença é que você não era monitorado e avaliado o tempo todo para que pudessem alimentá-lo com estímulos “otimizados” de maneira dinâmica — sejam

eles “conteúdo” ou anúncios — de forma a alterá-lo e conseguir seu engajamento. Agora, todos que estão nas redes sociais recebem estímulos individualizados, continuamente ajustados, sem trégua; é só estar usando o *smartphone*. O que antes podia ser chamado de “propaganda” deve agora ser entendido como uma “modificação de comportamento” permanente e em escala gigantesca.

Você já deve ter ouvido as confissões pesadas dos fundadores de impérios de redes sociais, que prefiro chamar de “impérios de modificação de comportamento”.

- Com vocês Chamath Palihapitiya, ex-vice-presidente de crescimento de usuários do Facebook:

“Criamos ciclos de feedback de curto prazo impulsionados pela dopamina que estão destruindo o funcionamento da sociedade (...) Nenhum discurso civil, nenhuma cooperação; apenas desinformação, inverdades. E não é só um problema americano — não se trata de anúncios russos. É um problema global (...) Sinto uma culpa tremenda. Acho que, no fundo, todos nós sabíamos — embora tenhamos fingido (...) que provavelmente não seríamos surpreendidos por nenhuma consequência ruim. Acho que, bem, bem lá no fundo, nós meio que sabíamos que algo ruim poderia acontecer (...) Então neste exato momento nos encontramos em uma situação realmente ruim, na minha opinião. Isso está erodindo o alicerce de como as pessoas se comportam umas com as outras. E não tenho nenhuma solução boa. Minha solução é: não uso mais essas ferramentas. Não uso há anos”. [12/07/2018].

- Com vocês Sean Parker, primeiro presidente do Facebook:

“Precisamos lhe dar uma pequena dose de dopamina de vez em quando porque alguém deu um *like* ou comentou uma foto ou uma postagem, ou seja lá o que for (...) Isso é um circuito de *feedback* de validação social (...) exatamente o tipo de coisa que um *hacker* como eu inventaria, porque explora uma vulnerabilidade da psicologia humana (...) Nós, os inventores, os criadores das redes sociais, tínhamos consciência disso. E fizemos isso mesmo assim (...) isso muda a relação de vocês com a sociedade, de uns com os outros (...) Isso provavelmente interfere de maneiras estranhas na produtividade. Só Deus sabe o que as redes sociais estão fazendo com o cérebro de nossos filhos”. [13/07/2018].

Referências

LANIER, Jaron. Dez razões para você deletar agora as suas redes sociais. Rio de Janeiro, Intrínseca. 2018.

LINK relacionado - <https://observatoriodacomunicacao.org.br/notas/por-uma-revolucao-analogica/>