

Índice

| | |
|--|---|
| O declínio dos especialistas | 1 |
| Duas soberanias: cidadãos e consumidores | 4 |

O declínio dos especialistas

Num momento de fascínio pela análise de dados e das pequenas doses informativas, é mais fácil ter a ilusão de que conhecemos bem muitas coisas. E assim, afirmamos de modo contundente o nosso direito a pronunciar-nos sobre uma variedade de temas, enquanto desconfiamos dos especialistas. Alguns autores debruçam-se sobre as causas desta situação enganadora e propõem soluções para não nos deixarmos arrastar pela corrente da pós-verdade.

A nossa época venera o *big data* e as estatísticas. Mas o império dos dados, baseado no prestígio do saber exato, não se adequa bem ao nosso modo real de conhecer, mais limitado do que pensamos.

Somente as máquinas, programadas pela mente humana, enfrentam com sucesso doses de informação cada vez maiores. Mas nós não somos máquinas sem consciência, nem o personagem de "Funes ou a memória" (conto do livro "Ficções" de Jorge Luis Borges), personagem esse que é forçado pela hipermnésia a reter todos os pormenores. Como enfrentar a complexidade da sociedade atual? Deste problema ocupam-se Steven Sloman e Philip Fernbach, especialistas em ciência cognitiva, no seu livro ["The Knowledge Illusion: Why We Never Think Alone"](#) (2017).

Ninguém aprende sozinho

A sua investigação parte da seguinte constatação: na nossa vida quotidiana, quase sempre somos eficazes no momento de tomar decisões práticas e de usar objetos simples, como uma bicicleta, um isqueiro ou um interruptor, mas raras vezes conhecemos profundamente os elementos que utilizamos ou a informação que está em jogo. E a razão para o nosso acerto prático é que atuamos confiando na sabedoria implícita ou explícita de outros.

Apoiando-se em estudos especializados, os dois psicólogos elaboram a sua tese sobre a ilusão do conhecimento que, evidentemente, se aplica também aos conhecimentos científicos. O nosso engano é duplo: por um lado, pensamos que sabemos mais do que na realidade sabemos, somos ignorantes sem que o saibamos; por outro, na nossa sociedade predomina a falsa ideia de que o nosso conhecimento tem um carácter individual, solitário, quando, na realidade, grande parte do conhecimento se sustenta pela divisão de tarefas de carácter cognitivo e assenta numa base de confiança e mediação comunitária.

Ao explicar o nosso modo de pensar, estes autores desmentem que a inteligência humana funcione como um computador, acumulando dados, para os examinar e em seguida concluir de modo decisivo. Nas ciências cognitivas já mal se usa a metáfora da mente humana como máquina processadora. Mais, exploramos a realidade com raciocínios causais imperfeitos. Muitas vezes, os nossos argumentos estão besuntados de emoções ou de valores mais ou menos importantes e, o que é mais sintomático, tendemos a saltar etapas do discurso lógico sem as verificar, porque confiamos tacitamente num saber e sentir comunitários.

Formamos ideias e opiniões – até sobre a pasta de dentes que vamos comprar ao supermercado – com base numa informação mínima, esquivando-nos de esclarecimentos que tenham uma grande abrangência. Se nos pedissem, seriam revelados os limites do nosso conhecimento e, de passagem, muita emotividade.

Não se trata das coisas serem inexplicáveis: é que não são simples nem resolúveis pela atividade solitária de uma pessoa, por muito capaz que ela seja.

Todos iguais, todos especialistas

Se a tese da dupla ilusão do conhecimento é certa, uma consequência razoável seria reconhecer com clareza a nossa ignorância. Contudo, essa humildade, por muito que nos convenha cognitiva ou moralmente, sufoca-nos: resistimos a admitir a nossa quota de superficialidade. E rejeitamos fazê-lo em parte, porque a sociedade (ainda) muito menos o aprova.

A propósito dos condicionamentos sociais, temos a reflexão, entre outros autores, de Tom Nichols, professor do US Naval War College, em [“The Death of Expertise: The Campaign Against Established Knowledge and Why it Matters”](#) (2017).

Na sua opinião, a nossa cultura está a difundir um narcisismo delirante, originado paradoxalmente a partir de duas ideologias extremas, o igualitarismo e o libertarianismo. E, consequentemente, gerou uma tendência para o menosprezo dos intelectuais e da autoridade epistemológica. O mau é que frequentemente esse desprezo não age por um são ceticismo, mas por um ressentimento para com aqueles constituídos socialmente como peritos ou especialistas, sejam eles médicos, juristas ou professores.

Poder-se-ia dizer que temos vindo a deslizar desde as formas razoáveis de igualdade e autonomia formuladas nas melhores versões do igualitarismo e do libertarianismo (todos somos iguais como pessoas e perante a lei), para um igualitarismo social de indivíduos prepotentes (todos podemos opinar livremente por igual e, evidentemente, pontificando, se quisermos). Assim, o cidadão mais vulgar poderia suplantar o verdadeiro especialista. A única coisa de que necessita é saber vender-se.

Nesta deriva cultural cumprem a sua missão as tecnologias da informação. A Internet encoraja-nos, sem sermos especialistas em medicina, a diagnosticar, receitar e automedicarmo-nos; sem sabermos ciência política ou economia, a querer influir no rumo do país ou da cidade com *tweets* retweetáveis até ao infinito; e sem termos estudado profundamente uma matéria, a exigirmos ao professor que nos aprove um texto confuso que seleciona citações brilhantes de algumas *webs*. Como às vezes a rede é eficaz, reforçam-se estas dinâmicas sociais

pouco recomendáveis, embora de forma alguma o verdadeiro conhecimento.

Presos pelos algoritmos

Se o processo de suplantação dos especialistas se deve em parte ao desenvolvimento da navegação na rede, é razoável que estejamos atentos a outros processos que, no meio dos benefícios evidentes da rede, possam a longo prazo ser socialmente nocivos.

No seu livro [“#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media”](#) (2017), o advogado e professor de Direito em Harvard, Cass Sunstein, antigo assessor do presidente Barack Obama, insiste em que o funcionamento algorítmico na Internet pode condicionar subtilmente a nossa liberdade como cidadãos da “república”, sobretudo porque as informações enviesadas tendem a isolar-nos da novidade e a desintegrar-nos em grupos estanques.

Não é um tema novo. Como reconhece o próprio Sunstein, foi previsto por Andrew L. Shapiro nos finais do século XX. Em 2010, Eric Schmidt, então diretor executivo do Google, declarou que “será difícil que uma pessoa veja ou consuma alguma coisa que de algum modo não tenha sido feita à sua medida” (“The Wall Street Journal”, 14.8.2010). E, em 2011, Eli Pariser, ativista de Internet, batizou este fenómeno como [“o filtro bolha”](#) (“Aceprensa”, 19.9.2017): um microclima intelectual criado, porque a Internet seleciona a informação que nos apresenta, calculando as nossas preferências, amizades, compras, buscas...

Cass Sunstein, mentor do [paternalismo libertário](#) (“Aceprensa”, 12.4.2017), defende que, visto estarmos certos desta dinâmica perniciosa, a nossa responsabilidade é velar por condições sociais que favoreçam uma democracia sã: deliberativa, com cidadãos livres e, na medida do possível, sem fraturas sociais e extremismos.

Na sua opinião, para nos virarmos nessa direção, já não bastam os dois recursos liberais por excelência, a saber: a tradicional preocupação em evitar a censura estatal e o esmero dos três ou quatro poderes em respeitar e estimular as decisões individuais legítimas. É necessária, além disso, uma intervenção positiva do governo que neutralize ou reconfigure a “arquitetura da escolha” (*choice architecture*), que se desorienta perante o enviesar das bolhas.

Picar as bolhas da Internet

Contra a polarização social e a favor da democracia deliberativa, Cass Sunstein propõe promover uma “arquitetura de

serendipidade" (*serendipity architecture*) ou descobertas casuais e afortunadas. Trata-se, em parte, de promover que os próprios motores de busca de Internet, as *webs* e as redes sociais levem as pessoas a expor-se a informações, encontros ou descobertas inesperadas, não escolhidas ou condicionadas anteriormente.

Não se trata de obrigar ninguém a ver precisamente tudo o que quer evitar, mas de estabelecer mecanismos que piquem aleatoriamente as bolhas impostas pelos algoritmos. Os encontros de serendipidade, que deveriam respeitar a lei e o civismo (é suposto), seriam um contrapeso ao filtro imposto pelos utentes e pelos prestadores de serviços.

À partida, esta apetência pelo gosto ou pela filiação "estética" é bem conhecida no *marketing* político, que usa e abusa da brevidade das mensagens (nas redes sociais e na televisão) e dos ícones mediáticos, para simplificar as posições e atrair ou afastar emocionalmente grupos de votantes. Salta à vista o surgimento dos populismos através das redes, e o potencial destas para difundir *slogans* e mensagens icónicas de propaganda, para não falar das notícias falsas.

Numa cultura acritica, abandonada ao esteticismo, substitui-se a qualidade dos argumentos pela quantidade de vozes que aderem ao licitante mais carismático. A democracia fica a perder, na medida em que os grupos políticos perdem interesse pela discussão livre de ideias e se concentram na mobilização social baseada na profusão digital de *slogans* ideológicos.

Caixas de ressonância emocional

O problema de tomar decisões emocionais ou "estéticas" não é a ignorância em abstrato, mas a ignorância dos motivos concretos que mais nos impelem no momento. E este desconhecimento, embora solucionável, agrava-se na medida em que nos encontramos socialmente mais isolados. Segundo David Dunning, psicólogo com muitos anos de experiência na Universidade Cornell, citado por Sloman e Fernbach no seu livro, a autocritica não é possível se unicamente podemos avaliar-nos a partir do nosso próprio conhecimento, se não tivermos graus de comparação com outros.

O fator do isolamento e a fragmentação propiciados pelos algoritmos tem a sua faceta emotiva. As redes sociais não só criam bolhas de ideias e opiniões realimentadas, como servem também para difundir e fragmentar emoções.

Sunstein cita um estudo de Kramer, Guillory e Hancock, publicado em 2015 na revista "Proceedings of the National Academy of Sciences", sobre o contágio maciço de sentimentos através das redes sociais. Aí se recorda uma experiência controversa do Facebook e da Universidad Cornell, quando a rede social difundiu entre certos utentes algumas mensagens

tristes para medir os efeitos que produziam. Comprovou-se que os utentes haviam ficado afetados, pois modificaram o seu comportamento e eles mesmos começaram a colocar mensagens de cariz negativo.

Talvez devido a este conjunto de circunstâncias – aqui somente esboçadas –, as serendipidades sejam necessárias, pensa Sunstein, mesmo que não as apreciemos. Com elas facilitaríamos as condições para uma cultura aberta à inovação, à autocritica e à deliberação para o auto-governo. E com elas também iríamos melhorar os comportamentos de grupo, altamente emotivos. Pelo menos assim contrariamos a polarização de opiniões e sentimentos que se realimentam nas "caixas de ressonância" (*echo chambers*) criadas pelos *social media*.

Eventos e notícias de interesse comum

Além da arquitetura de serendipidades, o ex-assessor de Obama pensa que, para favorecer uma democracia deliberativa, convém fomentar de modo eficiente que os cidadãos (muitos ou a maioria) partilhem experiências aglutinadoras, momentos em que a grande maioria transcenda as diferenças individuais ou de grupo: uma festa nacional, acontecimentos desportivos como os Jogos Olímpicos ou os Campeonatos Mundiais, um filme de grande sucesso que se torne um clássico (Sunstein diz que "Star Wars" seria um candidato nos EUA), um prémio nacional ou uma descoberta científica muito comemorada.

"São especialmente importantes num país heterogéneo, que enfrenta um possível perigo de fratura. São até mais importantes, porque muitos países estão cada vez mais interligados (com *Brexit* ou sem *Brexit*) e cada cidadão, em maior ou menor grau, converteu-se em *cidadão do mundo*".

Neste mesmo sentido, Sunstein defende a presença dos meios de informação generalistas, cada vez mais ostracizados. Na sua opinião, a reativação destes intermediários é fundamental por causa da sua função social, porque apresentam assuntos comuns que nos passariam muito despercebidos se as notícias só nos chegassem via redes sociais ou em registos pré-definidos de acordo com os nossos perfis e preferências.

Em conjunto, as análises aqui mencionadas têm o valor de salientar, com exemplos claros e estudos atuais, que nem todo o conhecimento vale a mesma coisa, nem basta o acesso teórico ilimitado à Internet para podermos dispensar a contribuição de especialistas independentes. E estes assuntos têm, além disso, o seu efeito político. Diante da deriva de emoções da sociedade, estamos em grande parte a jogar a liberdade social e a boa saúde democrática – onde a houver – no terreno da crítica do conhecimento: em reconhecer os limites do

nosso saber, apreciar os contrastes rigorosos dos especialistas e repensar o uso da Internet.

J. M. G. B.

Duas soberanias: cidadãos e consumidores

Cass Sunstein adverte para o risco de confundir a soberania do consumidor com a soberania do cidadão, que é sempre mais exigente.

Perante a proposta de Sunstein de inventar mecanismos que piquem as bolhas de opinião criadas pelos algoritmos, poder-se-ia objetar que, colocados para respeitar a liberdade pessoal, o lógico seria permitir que cada qual escolha o que quiser – seja informação ou publicidade de produtos – e exclua tudo o resto.

Sunstein prefere distinguir entre duas soberanias. Não se opõe à soberania do consumidor, nem muito menos a que as pessoas tomem as suas próprias decisões em geral; além disso, está consciente de que há pessoas com capacidade autocrítica aguda, com habilidade para abrir-se ao diálogo e aos espaços comuns através de uma utilização inteligente da Internet.

Mas a sua abordagem da soberania política e ideológica não lhe permite pegar nos gostos ou nas inclinações políticas como um dado inato da pessoa isolada das outras. É verdade que em muitas opções de consumo, como comprar uma casa ou escolher um menu, se impõe a soberania individual, e escolhemos o que nos apetece ou nos convém, sem encarar um processo de deliberação com os vizinhos ou com os restantes clientes do restaurante. No entanto, a soberania política não pode ser madura se faltar um intercâmbio social de ideias e opiniões. Entende-se, portanto, que a amplitude do intercâmbio marcará a medida da verdadeira deliberação, e que desta se seguirão as consequências sociais desejáveis.

“Prejudicaremos as nossas próprias aspirações”, escreve Sunstein, “se confundirmos a soberania de consumidor com a soberania política”, se no debate político predominar o gosto em detrimento da argumentação, se nos deixarmos guiar por sentimentos ou valores “sagrados” herdados acriticamente.

J. M. G. B.