

Índice

Saturados de “smartphones”	1
E se a tecnologia não é neutra?	3

Saturados de “smartphones”

O mercado dos *smartphones* – esses aparelhos que nos acompanham durante todo o dia, de segunda-feira a domingo, vá para onde vamos – está em recessão. Por trás deste aparente fracasso do “telefone inteligente” subjaz o maior sucesso tecnológico da história. Os telemóveis converteram a Internet, isto é, o acesso e intercâmbio global de informação, num artigo de primeira necessidade. Hoje em dia, somente os mais privilegiados podem permitir-se o luxo de desligar.

Seria de esperar que, em 2018, pela primeira vez na história do *smartphone*, cairiam as vendas? O próprio *CEO* da Apple, em finais do ano passado, resistia à evidência e atribuía a quebra à crise da economia na China. No entanto, os dados revelam uma saturação de *smartphones* em todos aqueles lugares onde haviam procurado maiores lucros. É um fenómeno natural no mercado, mas que acabou por acontecer a grande velocidade. Desde que o *smartphone* da Qualcomm viu a luz do dia, decorreram 20 anos (desde que foi lançado o primeiro iPhone, 11 anos). Hoje, somos mais de 4000 milhões de utilizadores, de acordo com o relatório anual “Mobile Economy”. Podemos comparar esta história com a do automóvel: desde que foi inventado até se popularizar, passou quase um século.

Muitos milhares de *smartphones* fabricados para serem vendidos em 2018 continuam hoje guardados nas suas caixas e armazenados. Uma das causas é que os produtos que possuímos já são excelentes. Os telemóveis dobráveis que a Samsung e a Huawei apresentaram durante o Mobile World Congress deste ano em Barcelona estavam protegidos por urnas transparentes, algo inédito nestas feiras, onde o atrativo

reside em poder manipular os dispositivos. Será que se procurava aumentar o seu atrativo? Será que se receava que os assistentes os quebrassem? A verdade é que a Apple não apostou neles. A evolução parece vir mais pela mão da inteligência artificial: reconhecimento de emoções, *Natural-Language Understanding*... Uma vez tendo sido inventado o *smartphone*, é difícil encontrar algo comparável com a passagem da tração animal para o motor.

Por outro lado, alguns fornecedores de serviços de Internet abandonaram as ofertas ligadas a um brilhante *smartphone* de última geração. Agora adquirimos telemóveis “livres” e mudamos de empresa se surgir uma mais barata. Haverá mesmo um fator de consciência ambiental que nos faz temer pelo paradeiro das nossas baterias jogadas fora? O facto é que cada vez demoramos mais a renovar o telemóvel. Em 2014, por exemplo, os espanhóis mudavam de telemóvel de 15 em 15 meses, em média. Hoje, [duram o dobro](#).

Avô, empresta-me o teu telemóvel?

Mas atenção: não apenas os mercados se saturam. Começa a emergir uma onda de cansaço digital nas pessoas. Há um grupo de revoltados para quem o telemóvel mais cobiçado já não é o último modelo... mas o primeiro, aquele que não tinha WhatsApp nem YouTube nem *mail* nem notificações. Alguns adquirem-no para só o usarem aos fins de semana ou durante as férias. Outros desfazem-se do seu *smartphone* por completo, ou tentam-no.

Kalvin, estudante de informática nos EUA, explica num vídeo do YouTube que ofereceu o seu iPhone à sua mãe, e desculpa-se devido aos seus novos hábitos de comunicação: “Sinto que se tornou intrusivo para mim”. E a verdade é que para muitos jovens, fazer um telefonema se converteu numa [maneira agressiva de comunicação](#). (“Acepresa”, 21.2.2018: “Mudos pero ágiles”) De qualquer forma, não é algo exclusivo de adolescentes: “Provavelmente estou a quebrar as regras ao ligar simplesmente para as pessoas. Pode ser que o considerem intrusivo, mas para mim não me importa”, afirma um executivo entrevistado pelo [“The Wall Street Journal”](#).

Outra motivação para ficar com um telemóvel “antiquado” é o desejo de privacidade. A tecnologia ajuda-nos e simplifica, sim. Mas às vezes parece ganhar vida própria e converter-se numa espécie de secretária inoportuna: “Fiquei inquieto quando vi que, depois de enviar uma mensagem a um amigo, me apareceu um compromisso provisoriamente adicionado ao meu calendário”, confessa uma utente da Apple. “Também recentemente, apresentaram-me um álbum de *recordações*, acrescentando onde foram tiradas as fotografias. Embora não tenha nada a esconder, não gosto deste tipo de intromissão”.

Entre os telemóveis desligados há vários tipos. Nas lojas encontramos aparelhos (Nokia, Alcatel, LG, Panasonic...) que talvez alguns tenham comprado para facilitar a vida a um pai ou a um avô: as teclas são grandes, são fáceis de usar e praticamente inquebráveis. Quem diria que esses avôzinhos estão submersos numa corrente do mais “in”. Os utentes deste tipo de telefones têm agora entre 22 e 35 anos, em média. Dentro desta categoria de telefones, também os há *gourmet*, com uma carga muito potente de desenho, tecnologia e filosofia.

“Telemóveis tolos” de gama alta

Um exemplo é o Punkt, cuja última versão vale 329 euros (a sua caixa, 89). Mas haverá a quem compense a despesa. Atenção às palavras do fundador e *CEO* da empresa fabricante, [Petter Neby](#): “Precisamos de estar disponíveis para as pessoas que são importantes para nós. Quando estamos *off* para elas, no fundo não nos sentimos bem, não é verdade? Temos filhos, uma mãe... Saber que podem localizar-nos quando necessitem de nós é algo que dá muita tranquilidade”.

Ou seja, estes telemóveis dão-nos tempo – aquele que perdemos com redes sociais e notificações – e, portanto, liberdade. Com o Punkt, podemos telefonar e mandar mensagens de texto. A sua *web* reivindica precisamente o valor da voz como instrumento de comunicação. Segundo os seus criadores, o Punkt “está desenhado para ser um servo, não um chefe”; “permite-nos usar a Internet como uma escolha, não como um movimento reflexo”.

Ainda não existe um nome que aglutine estes dispositivos, mas talvez pudéssemos chamá-los qualquer coisa como *dumbphones* (telemóveis tolos), aparelhos que não pretendem ampliar a nossa inteligência.

Ainda mais “tolo” é o Light Phone, que só permite fazer telefonemas. O máximo de números que se pode guardar na agenda é nove. Os seus promotores encorajam-nos a deixar o *smartphone* de lado e desfrutar de um tempo de qualidade, fazendo as coisas de que gostamos, sem distrações. A sua filosofia chama-se “going light”, que se poderia traduzir como “ir de peso leve”. De facto, ocupa pouco mais do que um cartão de crédito.

Nas palavras de Joe Hollier: “Iniciámos este projeto, porque era para nós claro que a verdadeira felicidade implica estar presente. Isso tem sido reiterado pelos mais brilhantes intelectuais desde Séneca até hoje. Todavia, passamos tanto tempo ligados e a olhar para ecrãs, que estamos a perder essa presença. O Light Phone é uma ajuda para que as pessoas consigam encontrar o equilíbrio. Não defendemos um desligamento total e para sempre; dizemos simplesmente que descansar um pouco é extremamente saudável, em todos os aspetos”.

Relaxar-se é gratuito?

As [promessas da inteligência artificial](#) continuam a ampliar os limites da nossa imaginação, mas o próximo passo no desenvolvimento dos *smartphones* está cheio de incertezas.

Enquanto isso, os analistas espreitam um novo negócio: ferramentas que nos ajudem a gerir a nossa relação, em demasiados casos doentia, com a tecnologia. Doug Cinton avalia essa oportunidade em mil milhões de dólares. Ele defende que a tecnologia não cria novos problemas, amplificando sim os já presentes na psique humana. O desafio para criadores, desenvolvedores e investidores é, portanto, superar a tentação de fazer dinheiro fomentando dependências. Para alguns, a solução parte do mesmo lugar onde se gerou o problema, pelo que criaram aplicações cujo propósito é ajudar a meditar ou a relaxar-se. Algumas incluem comparações entre utentes e penalizações para os que não cumprem os objetivos. Não soa isto algo a *stress*?

Inegavelmente, o progresso precisa de injeção económica. E o dinheiro está aí para onde vai a massa. Os profissionais da tecnologia poderiam explorar novos campos de *dependência* que, em vez de nos isolar e deprimir, nos tornem melhores pessoas.

B. H. V.

E se a tecnologia não é neutra?

Afirmar que os dispositivos digitais são um meio inócuo – tudo depende de como os usamos – é um lugar comum... cada vez mais discutido.

Nicholas Carr, conhecido pelos seus livros "[The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains](#)" e "[The Glass Cage: Automation and Us](#)", foi um dos primeiros a detetar como a Internet nos está a fazer mudar. Numa recente [entrevista](#) para "El País Retina" (14.3.2019), volta a insistir numa das suas ideias força: "É uma estupidez pensar que a tecnologia é neutra. Tem uma trajetória oblíqua, empurra-nos para nos comportarmos e pensarmos de uma determinada maneira".

Dá o exemplo da Internet, que propicia o consumo de muita informação em grande velocidade. Daí que o veja como um meio "que prejudica o pensamento profundo". Certamente, somos livres para resistir à pressão. Mas a sua experiência e a de outras pessoas habituadas ao trabalho intelectual mostra que não é assim tão fácil.

A força esmagadora do tsunami digital está a enfraquecer na sociedade outros hábitos, ao dar prioridade à evasão em detrimento da escuta e da empatia ([Sherry Turkle](#)); à dispersão em detrimento da atenção ([Daniel Goleman](#), [Clifford Nass](#)); à impaciência em detrimento da espera ([Andrea Köhler](#)); à ânsia de domínio em detrimento da abertura à realidade ([Fabrice Hadjadj](#)); ao ruído em detrimento do silêncio ([card. Robert Sarah](#)); ao consumismo automatizado em detrimento da reflexão crítica ([Jaron Lanier](#), [Lamberto Maffei](#), [Luciano Concheiro](#))...

A estes diagnósticos é possível opor rapidamente uma lista de vantagens que a Internet traz. Mas o cálculo de ganhos e perdas não é simples, porque algumas das liberdades que propicia a tecnologia são de ordem diferente das que enfraquece. Por exemplo, a liberdade de fazer mais coisas a partir do telemóvel não pode compensar a diminuição da capacidade para escutar (e olhar) os outros: a primeira não coloca em jogo de um modo tão decisivo a nossa condição humana; a segunda, sim.

Por isso, a equidistância é enganadora. Claro que podemos usar os *smartphones* tanto para nos aproximarmos como para nos afastarmos dos outros. Neste sentido, é verdade que depende de como os usamos. O problema é se existe algo intrínseco a eles que nos faz mudar por dentro e como sociedade. Para Turkle, psicóloga clínica e socióloga do Instituto Tecnológico do Massachusetts, as coisas são claras: os nossos telefones são "potentes aparelhos psicológicos que mudam não só o que fazemos, como o que somos".

“Sempre, contigo”

Um primeiro passo para sair da espiral vertiginosa dos meios de comunicação é compreender a sua dinâmica, como aconselha no seu livro "[Comunicación efímera](#)" Montse Doval, jornalista e professora na Faculdade de Ciências Sociais e da Comunicación da Universidade de Vigo. Ao vivermos mergulhados nos meios de comunicação, explica a partir de Marshall McLuhan (1911-1980), custa-nos estarmos avisados para o que nos fazem a um nível profundo. É um processo oblíquo: percebemos rapidamente as vantagens que nos traz a tecnologia e, fascinados, caímos na sua utilização ritual, inconsciente; em troca, tendemos a ignorar os seus efeitos negativos. O facto de serem invisíveis, tornam-nos "mais prejudiciais para a nossa liberdade".

Aos que negam as pressões dos meios de comunicação digitais, é de recordar-lhes o empenho das empresas tecnológicas para estarem sempre ao lado dos utentes, disponíveis nos seus bolsos e em cada vez mais partes do corpo. Como dizia um lema da Mitsubishi Electric: "Sempre, contigo. Tecnologia com a qual podes contar". E o mesmo vale para cada vez mais empresas cujo modelo de negócio depende da nossa atenção.

Doval ilustra-o com duas citações significativas. Em 1951, McLuhan afirma a propósito da publicidade: "A nossa era é a primeira em que milhares de mentes individuais melhor treinadas converteram num negócio a tempo inteiro entrar na mente pública coletiva". Em 2011, Jeffrey Hammerbacher, antigo chefe de dados do Facebook, constata: "As melhores mentes da minha geração estão a pensar em como conseguir que façam clique num anúncio. E isso é repugnante".

Para dentro

Uma vez que tomámos consciência desse processo oblíquo, temos de pensar numa estratégia de compensação. Se os meios digitais tendem a empurrar-nos para fora de nós mesmos através da dispersão, teremos de fazer mais para nos voltarmos para dentro.

É o que propõe Tanguy Marie Pouliquen, professor de filosofia e teologia no Instituto Católico de Toulouse, em "[Fascination des nouvelles technologies et transhumanisme](#)". O regresso à interioridade pressupõe reafirmar a "própria condição humana para continuar a dominar a técnica"; é procurar "a verdadeira ligação, a que nos relaciona no silêncio com o nosso ser profundo, o nosso coração, com o outro, com Deus".

No seu apelo para recuperar o gosto pela contemplação, Pouliquen segue de perto a advertência do filósofo francês Gustave Thibon (1903-2001), que morreu antes de ver o *boom* das redes sociais: “O homem de amanhã terá tanta mais necessidade de meditação quanto mais se verá inclinado para a ação, para fazer contrapeso à ação, e para lhe dar um sentido e escapar da dispersão, do desmoronamento interior (...) A própria força de que dispõe o homem moderno torna imperiosa a exigência de vida interior”.

Regressar à interioridade é cultivar os hábitos que mais nos humanizam: o assombro, a reflexão, o silêncio, a oração, o acolhimento... Entra aqui muito bem a imagem do jardim que utiliza Byung-Chul Han em [“Lob der Erde: Ein Reise in den Garten”](#). O jardim é um espaço físico real, no qual o filósofo sul-coreano tem trabalhado há anos. Mas também pode ver-se como uma poderosa metáfora que evoca um espaço íntimo de resistência em face da revolução digital.

“Desde que trabalho no jardim percebo o tempo de modo diferente. Decorre muito mais lentamente. Dilata-se”. A experiência da lentidão ajuda Byung-Chul Han a preparar-se na paciência e na espera. Também o ensina a abrir-se à realidade e aos seus limites: “O tempo do jardim é um *tempo do diferente*. O jardim tem o seu próprio tempo, sobre o qual não posso dispor. Cada planta tem o seu próprio tempo específico”.

Penetrar no jardim é escapar do ruído. “No jardim crio silêncio. *Estou à escuta*”. E nele aprende a “dar assistência”, a cuidar do indefeso e do inútil, do que não produz resultado: a beleza e a vida das plantas. Por isso, a viagem interior ao jardim devolve-o – transformado – à existência real, ao contacto “com o material, com os aromas, com as cores perfumadas, sobretudo com a *gravidade da terra*”.

O jardim de Byung-Chul Han materializa um atrativo ideal, ao qual há que tentar aproximar-se.

J. M.