

À ESPERA DE INTELIGÊNCIA: A EXPECTATIVA DE UM FUTURO MÍTICO

Guilherme W. Rodolfo
Professor da FMU - FIAMFAAM
Brasil

RESUMO:

Entre promessas de curas e facilitações dos trabalhos diários de uma população, a Inteligência Artificial se tornou o elemento fundamental das ações comunicacionais de nossa era. O sedutor fatalismo tecnológico impõe a ideia de salvação, mas pode condenar pessoas nos casos mais extremos de confusão interpretativa. Aponto os códigos, não os computacionais, mas os linguísticos e sociais, como maiores alvos dessa confusão. Será a Inteligência artificial o sábio no alto de uma montanha, ou o falastrão diletante ocupando-se de suas vendas? Com a hipótese de que temos uma perturbação social disparada pela aquisição de conhecimentos gerados pela Inteligência Artificial, pretendo refletir sobre a leitura de inteligência e cultura em nossa sociedade diante de um meio de comunicação. A aquisição do conhecimento que indico é filtrada por um sistema editor, que regula respostas sobre uma média de utilização. Essa observação é comum em muitos meios e está presente neste que posso chamar de “meio de comunicação”. Pretendo refletir sobre a inteligência, sua posição na cultura e sua falsa sustentação como praticante do intelecto. O trabalho se baseará sobre fontes bibliográficas ligadas a autores da comunicação social, da antropologia contemporânea e à pensadores dos impactos dos meios de comunicação e social. De caráter empírico, traremos a dedução como fonte de referência para tratar uma homologia entre autores que, referencialmente, tratam dos mesmos problemas desenvolvidos aqui, mas referenciados sobre outros tempos e processos comunicacionais.

A proposta aqui é abordar, aos olhos da ciência da comunicação, uma crítica tecnológica e social. Por observar a utilização da Inteligência Artificial em seu contato com necessidades da sociedade humana, consideramos que esta é um meio de comunicação adaptado à propagação de mensagens e de necessidades comerciais como outros meios de comunicação. O sistema em questão nem poderia carregar o termo “intelecto” visto que não reflete nem julga por si, mas pelo que foi programada. Este formador de esperas pode se arrebanhar seguidores que a considerem coerente a ponto de segui-la como uma ordem. A crítica à possibilidade de uma inteligência via máquina não se resume ao termo e sua acepção. A semântica que procuramos está envolta de problemas sociais e culturais consagrados em nossa história dos meios de comunicação. Mais do que sobre sua história, sobre sua crítica. O trabalho contribui ao ensaiar sobre a comparação e possível homologia entre a utilização da Inteligência Artificial e os meios de comunicação, suas lógicas e seus processos impactantes em nossas vidas.

Palavras-Chave: Comunicação, Inteligência Artificial, Meios de comunicação, Signo, Linguagem.

WAITING FOR INTELLIGENCE: THE EXPECTATION OF A MYTHICAL FUTURE.

ABSTRACT

Between promises of cures and facilitating the daily work of a population, Artificial Intelligence has become the fundamental element of communication actions in our era. Seductive technological fatalism imposes the idea of salvation, but can condemn people in the most extreme cases of interpretative confusion. I point to codes, not computational ones, but linguistic and social ones, as the biggest targets of this confusion. Is Artificial Intelligence the wise man on top of a mountain, or the loudmouth dilettante busying himself with his sales? With the hypothesis that we have a social disturbance triggered by the acquisition of knowledge generated by Artificial Intelligence, I intend to reflect on the reading of intelligence and culture in our society in the face of a means of communication. The acquisition of knowledge that I indicate is filtered by an editor system, which regulates responses based on an average of use. This observation is common in many media and is present in what I can call “media”. I intend to reflect on intelligence, its position in culture and its false support as a practitioner of the intellect. The work will be based on bibliographic sources linked to authors of social communication, contemporary anthropology and thinkers of the impacts of the media and social media. Of an empirical nature, we will use deduction as a source of reference to treat a homology between authors who, referentially, deal with the same problems developed here, but referenced in other times and communication processes. The proposal here is to address, in the eyes of communication science, a technological and social critique. By observing the use of Artificial Intelligence in its contact with the needs of human society, we consider that this is a means of communication adapted to the propagation of messages and commercial needs like other means of communication. The system in question could not even carry the term “intellect” since it does not

reflect or judge for itself, but for what it was programmed. This waiter can gather followers who consider it coherent to the point of following it as an order. Criticism of the possibility of machine intelligence is not limited to the term and its meaning. The semantics we are looking for are surrounded by social and cultural problems established in our history of the media. More than about its history, about its criticism. The work contributes by rehearsing the comparison and possible homology between the use of Artificial Intelligence and the media, its logics and its impacting processes on our lives.

Keywords: Communication, Artificial Intelligence, Media, Sign, Language

1. INTRODUÇÃO

*Vladimir: Ajudou a passar o tempo.
Estragon: Teria passado igual.
Vladimir: É. Mas menos depressa.¹*

Samuel Beckett
À espera de Godot

A angústia da espera é o processo mais perceptivo em nossos dias. Estamos cada vez mais expostos às urgências de nossas atividades ou às sequências de fazeres. As programações dos meios de comunicação também mostram urgências e sequências inevitáveis que alteram nossas percepções. A peça de Beckett do excerto acima trata deste processo angustiante de espera de coisas que nunca chegam. Os personagens sofrem de uma angústia pelo encontro que alguém que não chega, e nem sabem se virá, representando os anseios dos tempos modernos, das cidades, da lógica das indústrias e da comunicação entre meios. É uma crítica sobre o uso do tempo e o seu desperdício, sobre a devoção, a cultura e a crença.

Provavelmente Beckett não anteviu a era da Inteligência Artificial. Este fato histórico e ecumênico capaz de modelar culturas já pode ser considerado como meio de comunicação, ou ainda, como transmissor de mensagens a públicos direcionados e passivos. Com isso, o fatalismo tecnológico ávido de nossa sociedade, amplamente definido como necessário, é a razão lógica da indústria, do consumo e da urgência. Todas as comunicações se tornaram proselitistas de uma mítica. Será esta cultura transitória a que chamamos de “inteligência”?

Um sistema computacional que toma decisões com independência é chamado

¹ BECKETT, Samuel. Esperando Godot. São Paulo: Companhia das Letras, 2017. p. 63.

hoje de “inteligência”. A inteligência não é exatamente uma norma da decisão, mas a capacidade de abstração e entendimento nas “entre linhas”. E não é problemático que a pesquisa sobre um sistema mecânico que toma decisões se aprimore. Este pode ser um bom processo tecnológico. O aparente problema é que o mesmo sistema produz uma crença de mensagens veridictórias a seus usuários.

Na tentativa de construirmos uma argumentação sobre a Inteligência Artificial, observaremos, em primeiro lugar, os aspectos ligados à *cultura* e à *inteligência*, destacando as conclusões antropológicas de Claude Lévi-Strauss e Pierre Lévy; a sequência deste processo será o encontro com o *signo cultural* e *comunicacional* com os Eugênio Bucci e Jean Caune e, por fim, um reflexão sobre a eficiência que gera créditos veridictórios aos meios discutindo certa idolatria da verdade com Mauro Wolf e, novamente, Lévi-Strauss. Essa sequência, portanto, delinea o percurso contendo: ideia, sistema e crítica do pensamento comunicacional contemporâneo.

2. A INTELIGÊNCIA E A CULTURA

A inteligência é a característica maior do *homo sapiens* pois lhe dá a capacidade de descobrir processos através de suas observações. Este controle de ideias que adquirimos faz oposição ao instinto: uma Inter leitura que promove o pensamento abstrato e referencial. O instinto não é fruto de uma abstração, mas produto de uma ação sem crítica, modelo ou juízo. Este *intus legere*, ou “entre reconhecimentos” / “entre deciframentos”, era concebido como uma habilidade da alma de formar ideias gerais depois de as ter criticado e distinguido pelo juízo, ou seja, uma compreensão acerca de alguma coisa² filtrado pela abstração. A inteligência adquirida pelo homem é fruto de sua observação e serve para manter a sua relação com a natureza, sociedade, economia e outros tantos formadores de signos advindos de experiências sensíveis (LÉVI-STRAUSS, 1989: 109). Para observar o caminho da inteligência do homem analisamos os mitos e ritos em épocas e sociedades com o objetivo de traçar uma referência abstracional humana. Os mitos ajudam a contar a história intelectual e são estes que mostrarão as relações mediadas entre natureza e cultura (*ibidem*).

² Dicionário Etimo: www.etim.it. Acessado em 17 de abril de 2023; et; CUNHA, Antônio Geraldo da. *Dicionário etimológico da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.

Religiões, rituais e mitologias são a prova de que nos orientamos para manter um método de observação da natureza. A inteligência poderá ser adquirida pelos membros de uma comunidade se o referencial intelectual for mantido: um mesmo método de observação. Com isso, aponta Lévi-Strauss, a mítica representa modelos que servem de balizas conceituais:

O sistema mítico e as representações que proporciona servem, então, para estabelecer relações de homologia entre as condições naturais e as condições sociais ou, mais exatamente, para definir uma lei de equivalência entre contrastes significativos situados em vários planos: geográfico, meteorológico, zoológico, botânico, técnico, econômico, social, ritual, religioso e filosófico. (1989: 111).

Criam-se homologias entre sistemas, mais do que isso, “entrelinhas” reconhecíveis aos membros daquela sociedade. As métricas para o intelecto desta ou daquela sociedade depende deste mito referencial. Estamos descrevendo a cultura de uma localidade ou de uma sociedade. Mais do que feitos de um povo, seus hábitos são marcantes formas culturais. Uma inteligência programada pelo rito que estabelece parte de uma cultura. Se analisada desta forma, a cultura poderá ser avaliada e analisada. A cultura, neste sentido, poderá também conter traços salientes que permitirão a classificação da sociedade ou de parte da sociedade. São os traços culturais que permitem taxonomias sociais até a criação de modelos. Em uma breve análise, um modelo social é uma observação de um grupo que dispões de certa forma de pensar, ou seja, intelecto, e age como em um *ritual*. Essa assertiva apenas comprova o teorema da relação entre intelecto e cultura associado ao rito, mas servirá adiante em futura abordagem.

Por engano consideramos como “cultura” o manancial de informações circulantes em um sistema de mensagens, como os de busca organizadas da internet. Por se tratar de diversidades de hábitos de povos, refere-se aos fragmentos de muitos lugares, povos e situações que, dificilmente, caberiam em uma taxonomia, ou cabem de forma disciplinada. O que seria mais conveniente observarmos deste manancial é o reconhecimento de que muitas culturas misturadas podem ser vistas e, desta diversidade, podemos abstrair os territórios antropológicos. O território em questão é um fragmento do espaço antropológico, um “sistema de proximidade próprio do mundo humano” (LÉVY, 2007: 22) que concentra significações e linguagens. Com isso, culturas com signos e linguagens próprias diferentes estão em seus territórios respectivos.

“A Terra foi o primeiro grande espaço de significação aberto à nossa espécie. Ela repousa sobre as três características primordiais que distinguem o *homo sapiens*: a linguagem, a técnica e as formas complexas de organização social. (...) Os modos de conhecimento específicos desse primeiro espaço antropológico são os mitos e os ritos.” (LÉVY, 2007: 22-3).

O espaço foi redistribuído em territórios pela relevante construção ritualística que, como já observado, representa um sistema cultural, o que se refere aos signos e linguagens diversos, assim como representam hábitos e formas de pensar: o intelecto. O reconhecimento e julgamento nas entrelinhas sugere a utilização do intelecto, a inteligência, e o saber fazer, o *savoir-faire*, tão importante à antropologia e a delimitação do *sapiens*. Utilizamos a inteligência ao decifrarmos, aos nos relacionarmos e ao negociarmos (Idem: 26). A inteligência é também associada às ações de fazer acordos, compreender e entender processos. Na língua francesa, *intelligence* pode ainda ser associado à “cumplicidade”³. Das acepções do termo até agora convocados, aquilo que torna cúmplice pode esclarecer a vontade desta atividade que mantém seus ritos para continuar a abstração de seus efeitos e construir a cultura. A inteligência cúmplice está entre as percepções do grupo que compreende os signos e linguagens em seus hábitos: uma inteligência coletiva.

Dos espaços antropológicos possíveis de serem criados pelo homem, interessamos o espaço do saber. Este representa a inteligência coletiva sem uma política restrita, ou mesmo uma lei de conduta. Um exemplo deste espaço é o campo científico contemporâneo que, mesmo que tenha editores e regras, ainda sim se mantém como ambiente liberto para defesas e críticas. Todos são bem-vindos se observarem os rigores científicos, e todos os dizeres são redistribuídos na comunidade. Não envolve neste espaço uma conduta doutrinária, mesmo sabendo que já existiu e que devemos ainda evoluir em conceitos para plena democracia na ciência, mas, ainda sim, mantemos a regra sem uma doutrina para uma melhor circulação das mensagens em meios de divulgação. Outros exemplos são possíveis com a mesma característica, mas não todos.

A cultura, nos parece, é a produção dos saberes, aquilo que se constrói com a inteligência. Podemos observar a cultura se fizermos o caminho inverso, filtrar os signos/linguagens para prever a abstração de um povo ou época. Existe uma relação de parentesco entre o signo/linguagens e a leitura da cultura.

³ *Le Petit Robert 2 : dictionnaire universel des noms propres alphabetique et analogique*, Paris : Le Robert, 1990

3. O SIGNO DA CULTURA

A criação de espaços antropológicos serve de reflexão sobre a ação da inteligência e, como visto, é o motor do saber aplicado. A cultura se move de forma involuntária, observamos a cultura através da abstração dos signos deixados por um povo ou sociedade em tempos e espaços. Analisar o signo e o espectro gerador da cultura obriga-nos a procurar os atos da comunicação contemporânea que, como percebemos, se baseia em linguagens. A língua, como produção humana e sistema convencionalizado de comunicação e ideias é analisada por construções sígnicas estáveis, aquilo que chamamos de linguagens. Embora de fácil representação superficial, as linguagens são relações profundas do saber e da cultura, retratos dos saberes organizados e aplicados de forma eficiente. Por este motivo, a leitura dos signos e das linguagens são a referência cultural de um lugar.

Mesmo que de possível análise, o estudo da linguagem nunca se esgota. É como a análise da psique de qualquer pessoa, não se esgota e nem se resume. A cultura que analisamos pela linguagem é repleta de perguntas. Muitas vezes perguntas sem respostas que darão mais sentido à análise da cultura do que aspectos sem nenhuma dúvida de veracidade. Mas a linguagem que analisamos é útil para explicar os signos dentro de um sistema. Ou seja, quando observamos a linguagem encontramos as lacunas que os signos, linguísticos ou não, encontraram estabilidade para serem significativos (CAUNE, 2014:24). Essa relação complexa se expande quando percebemos que os mesmos signos encontrados podem fazer parte de outras linguagens criando uma relação de parentesco complexa em nossa análise (*Idem*: 30). Com isso, não é difícil perceber uma forma de comunicação retórica ou manipulativa que se utiliza de signos de outro contexto para convencer. A troca de elementos sígnicos dentro de uma mesma linguagem pode produzir efeitos interessantes e muitas vezes eficientes à públicos específicos. Um exemplo dessa habilidade é uma propaganda que, ao se comunicar, escolhe signos de uma cultura a qual quer se direcionar.

Percebemos que o poder da comunicação está no sistema de signos escolhido e quais possibilidades de ações extralinguísticas esses signos podem agir, além do meio e da prosódia utilizada. O evento descrito será a mensagem proselitista, aquela que se adensa em repetições até a transmissão da ideia desejada. Em outras palavras, esse processo procura inserir uma nova cultura em povos, direcionados em públicos,

que farão as relações de signos e linguagens com as próprias culturas e avaliando cada mensagem. São novas tecnologias que provocam relações de sentidos e novas formas de cultura (*Idem*: 33). No contexto de recepção da mensagem, filtramos a argumentação dentro de nossas possibilidades racionais e sensíveis, que, em um suposto equilíbrio, construirão o entendimento do apelo da mensagem. Ao que parece, analisamos se a ideologia da mensagem, ou seja, o jogo de ideias formado pelo sistema de signos/linguagem transmutado em elementos extralinguísticos e manipulado aos públicos, se alinha ou não com nossas próprias ideologias. O trato da língua e da linguagem, como manancial ideológico, se refere à necessidade destas funcionarem com elementos normativos, mas vai além quando nosso equilíbrio racional/sensível confunde as facilidades do signo com as compreensões inconscientes. Esses fenômenos estão presentes das comunicações cotidianas interpessoais até as comerciais em larga escala de públicos (VOLÓCHINOV, 2021). De forma verbal ou não verbal, as mensagens são ideológicas por transportarem ideias e signos extralinguísticos a alguém, que também se compreende com ideias e signos próprios. O conflito produz a escolha.

Paralelo à ideologia contida na mensagem, observamos uma redução da complexidade da manipulação do meio quando evoluímos de sistemas de comunicação. Os meios de imagens rápidas eletroeletrônicos e o desenvolvimento da internet propiciaram a multiplicação de mensagens estratificadas como imagem ideológica. A imagem no lugar da palavra, portanto a mensagem como imagem/vídeo e não mais com figuras de retórica, se posiciona hoje como língua que transmite argumentos dentro de um sistema. Podemos dizer que exista, além de uma percepção sobre a ideologia da mensagem, uma “*videologia*” comunicacional: uma explosão extralinguística da imagem, via canais de internet, com ideologia (BUCCI, 2021: 235-44). As imagens em meios eletrônicos já se comportam como um conjunto de signos articulados, em sistemas ou em parentesco, e adere aos públicos, integrando-os, como mensagens ideologizadas. Se podem ser lidas, são, portanto, segundo Bucci, linguagens (*Idem*, 240). Além de lidas, as imagens em determinado contexto podem ser reproduzidas com a mesma função sónica. Pode ainda ser reordenada e realocizadas participando de um novo processo linguístico alimentado pelos “falantes” do mesmo processo.

O fenômeno não é novo e já foi estruturado muitas vezes, sempre quando

novos meios de comunicação aderem massas de espectadores e transmitem, sem rejeição, supostas verdades. A própria ideologia político/partidária que se baseia mais em imagens e vídeos do que em ações nos serve de exemplo. Um emblema de partido que carrega seus elementos extralinguísticos manipulado pela troca de signos motiva a leitura entrelinhas. Convoca, portanto, nossa inteligência, ação do intelecto dentro dos métodos sistêmicos social, à percepção de ideias que a imagem/emblema criou: *videologia* à serviço da propaganda. Tocamos os inconscientes por estimularmos a conotação, aquela significação de transborda a noção direta, mais que a denotação, e implica na leitura das relações de signos (METZ, 1972: 130), dentro e fora do sistema. A possível empatia com o emblema, no caso do partidário ou de marcas de moda, será aperfeiçoada com um tipo de ritualísticas: eventos, processos e até repetições de atitudes históricas que remetam à atos da mesma ideologia.

4. A IDOLATRIA DA VERDADE

Muitos de nossos hábitos são alterados ao convivermos com novos processos midiáticos. De processos de atenção e interesse à formação cultural de nosso cotidiano, convivemos com os meios e somos influenciados até a adoção de crenças. Não carregamos em nós o que não é crível. Os meios são produtores de cultura, com símbolos, valores e mitos que influenciam a vida prática e os imaginários (WOLF, 2008: 95). Decididamente, e mais aprofundado na assertiva, os meios constroem e destroem culturas pois são a corrente cultural e comercial mais impactante e eloquente que convivemos (*ibidem*). Cada meio é formador de signos e linguagens organizados pela necessidade de audiência e seus reflexos comerciais. Em outras palavras, vivemos um processo cultural comercial.

Vamos considerar dois aspectos relevantes na construção de conteúdos midiáticos: a mecânica relacionada à produção e o formato de escolha de conteúdo. Ambos sofreram mudanças contundentes em seus processos com a evolução dos canais de internet. De um lado, os valores e processos técnicos de uma programação, notícia ou produção estão ligados ao cálculo de retorno do investimento e audiência. Essa mecânica comprova que o consumidor médio, que se motiva pela produção média, é o denominador comum da eficiência comercial das produções: uma “fórmula que substitui a forma” (*idem*: 96). O processo tende a criar uma cultura *sincrética*, uma união simultânea de crenças, diante da diversidade cultural à qual vivemos (*ibidem*).

O sincretismo gerado pelo meio e dentro da mecânica da produção comercial faz paralelo com o processo extralinguístico gerado pela troca de signos de um sistema a outro. O processo já é orgânico e convivemos com ele desde o início dos tempos midiáticos. De outro lado encontramos a mudança de critérios sobre “o que é relevante” ao público reordenado a partir do desenvolvimento dos novos métodos de pesquisa. A internet e a mudança das emissões de televisão, digitais ou cabos, transformaram a forma de observação dos públicos e são avaliados com mais segmentações e mais concentrações de conteúdo. Um caso exemplificado por Wolf é a mudança no campo de escolhas de notícias e que passa do processo de *gatekeeping* ao de *newsmaking*. Em essência, critérios sobre a veiculação de informações em notícias eram avaliados pelas equipes e editores para a divulgação. Todos estavam envolvidos nas restrições e possibilidades referentes à veiculação. O veículo de informação se portava como um porteiro, *gatekeeper* em inglês, avaliando constantemente o que é notícia e como divulgá-la, além de controlar as distorções do processo (WOLF, 2008: 181-91). As distorções da informação surgem de duas formas: involuntária, quando a população concebe uma ideia sobre o conjunto, ou, voluntária, quando da produção de manipulações forçadas, como na propaganda política ou difamatória. O desenvolvimento da comunicação digital muda o sistema para uma nova ótica sobre “o que é relevante” e considera a “noticiabilidade”, ou seja, o conjunto de elementos que servirão de base para a escolha da publicação como quantidade e possibilidade de conscientização, compartilhamento, alcance, impacto etc. Em análise, os dois aspectos aqui apresentados sofreram alterações ligadas ao desenvolvimento comercial que refletiram em distorções na cultura. Observamos a continuidade da mecânica da produção e a formação da programação média estimulando uma multiplicação de sincretismos, além da observação secundária sobre o conjunto ideológico motivado por sincretismos salientes. E sobre a mudança para *newsmaking*, todo o sistema se torna mais quantitativo do que qualitativo, além de observar a distorção involuntária como positiva e formadora de mais visibilidade (idem: 181-219). A mensagem comercializada que propõe o sincretismo se ampliou. Somos mais propensos a crenças de ideias médias e signos manipulados em sistemas cruzados. Culturalmente acreditamos mais nos signos ideológicos do que em nosso discernimento intelectual.

Observamos uma necessidade de eficiência dos processos. O que já exigia um equilíbrio matemático e comercial na produção de eventos midiáticos se

uniu à quantificação de visitas e mais possibilidades comerciais. Em seu reflexo, observamos o aumento da crença no veículo que trabalha incessantemente pela manutenção da mesma crença. Um jogo de produção média e trato de credibilidade compõe o espectador fortalecido de sua crença e, como em qualquer crença, aplica essa ideia no mundo real em que vive. A tentativa de dominar o local onde habita se torna a característica do processo evolutivo e civilizatório. Afinal, vencemos certas naturezas de doenças e intempéries para o sucesso da vida. A super-humanidade depende de mais crença, uma construção mítica coexistente com a realidade de nossos hábitos. A crença consiste em um filtro humano diante de leis reais, as implicações de ação e reação factíveis. Trata-se de “uma humanização das leis naturais” (LÉVI-STRAUSS, 1989: 259). Esta depende de uma dose de magia, uma leitura da ação humana acreditando que esta ação faz parte do mundo físico. Magia e crença andam juntas (*ibidem*) e são a formação da super natureza que nos envolvemos ao abrir nossas crenças às mensagens em meios de comunicação. Somos super-humanos que convivem em crença com o quantitativo mecânico da comunicação.

5. CONCLUSÃO

*Será que dormi, enquanto os outros sofriam? Será que durmo agora?
Amanhã, quando pensar que estou acordado, o que direi desta jornada?*⁴

Devemos, em primeiro lugar, considerar a inteligência artificial, seja como ordenadora de imagens e textos, ou como organizadora de caminhos, planos, recriações e mais uma infinidade de processos, como formadora de modelos de saber. Se temos uma aquisição de cultura transmitida pela coleção de itens da Inteligência Artificial, esta será considerada como um meio de comunicação, mais um, que atinge públicos e deixa seus rastros de mensagens duradoras nas ideias. Embora emane modelos de saber, ela não pode ser concebida como espaço de saber, semelhante àquele dos padrões científicos ou de emissores especializados. Os modelos são mais restritos por carregarem a sugestão de signos e linguagens com cruzamento de localizações gerando fatores extralinguísticos complexos e manipulativos. São condutas de editores ou de um padrão de eficiência: comercial e sem uma democracia

⁴ BECKETT, Samuel. Esperando Godot. São Paulo: Companhia das Letras, 2017. p. 115.

de saberes. A ideologia elaborada dentro da Inteligência Artificial se torna planejada quando atende ao interesse médio, do visitante médio que, por mais específica que seja o interesse, sempre avaliará a média de buscas e possibilidades. Não por incompetência, mas por tentativa de acerto e eficiência. Se uma Inteligência artificial não for eficiente aos olhos de todos, ela não terá sua face comercial desenvolvida. A eficiência que propõe o acerto médio já se tornou uma característica deste meio que se ritualiza suas reações. Sendo a Inteligência artificial um meio de comunicação manipulador e sincrético transmite a extravagância do signo que transborda sua representação: a conotação significativa que alimentará a cultura comercial.

O sistema que chamamos de Inteligência Artificial pode carregar o apelido, mas em nada se caracteriza pela ação do intelecto. A inteligência deriva da ação da leitura que abstrai ao perceber os signos e dentro de um modelo transmitido pelo rito. A cumplicidade deste sistema cultural propicia uma abstração dentro de nossa esfera de saber, nossa inteligência coletiva, e reconstrói do signo a percepção consciente. O mecanismo artificial não contém inteligência, ele obedece ao comando de um editor para que funcione em eficiência e dentro de uma média de modelos. Isso não reflete o pensar, o intelecto e a aquisição do saber.

Tal e qual a peça de Beckett, mantemos a angústia pelo devir. O futuro parece depender da melhoria tecnológica e esperamos que esta traga, como a espera de um ente poderoso, soluções para nossas aflições. Esperar que a chamada Inteligência Artificial nos traga soluções trata do desejo pelo desnecessário, uma espera de algo que não virá. Se temos a possibilidade de conviver com a inteligência e adquirir saberes, estes estão ao lado de nossos processos científicos. Embora o outro sistema pareça uma inteligência, parece-nos, na verdade, uma retórica que coopta incautos e os transforma em seguidores, uma religião sem rumo ou uma venda meramente emocional. Talvez atraia tantos a ponto de tornar as ideologias fracas e comerciais, em ondas sociais, com poder e maioria, mas jamais com inteligência.

Ao final, estaremos fadados ao reconhecimento de tal inteligência e da ignorância sobre a origem de seus atos. O filósofo Vilém Flusser descrevia as máquinas como caixas pretas que geravam produtos sem mostrar como. Essa ação mudou nossa forma de observar objetos e bens materiais pois não os vemos “nascer”, mas só a sua forma comercial final. A caixa preta elimina a possibilidade de criatividade da sociedade e condena a aceitação sumária de seus produtos (1985). Hoje, ao que

parece, vivemos uma nova era de caixas pretas que retiram nossas criatividade e curiosidades ao emitir mensagens já codificadas pela suposta eficiência e velocidade. Resta agora esperar um novo código social e seus reflexos persecutórios e radicais como já observados em nossa história civilizatória.

REFERÊNCIAS

BECKETT, Samuel. **Esperando Godot**. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

BUCCI, Eugênio. **A Superindústria do imaginário: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo o que é visível**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

CAUNE, Jean. **Cultura e comunicação: convergências teóricas e lugares de mediação**. São Paulo: Ed. Unesp, 2014.

CUNHA, Antônio Geraldo da. **Dicionário etimológico da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.

FLUSSER, Vilém. **A filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. São Paulo: Hucitec, 1985.

Le Petit Robert: dictionnaire universel des noms propres alphabetique et analogique, Paris : Le Robert, 1990.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva: Por uma antropologia do Ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 2007.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O Pensamento Selvagem**. 5. ed. São Paulo: Papyrus, 1989.

METZ, Christian. **A significação no Cinema**. São Paulo: Perspectiva, 1972.

VOLÓCHINOV, Valentin. **Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico**. São Paulo: Editora 34, 2021.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.