

Stranger Things: o uso de dados na construção de uma realidade particular

Stranger Things: the usage of data in building a particular reality

Fabiola Brito¹
Bernardo Queiroz²
Suzete Venturelli³

Resumo

O ser humano não gosta do desconforto, do incômodo, da frustração e, conseqüentemente, da dor resultante. Ao longo de toda a sua história, ele buscou minimizar as possibilidades de encontro com estes sentimentos. Algoritmos de *Machine Learning* escavam as toneladas de dados que nós disponibilizamos *online* diariamente em busca dos nossos desejos inconscientes de forma a poder transformá-los em imagens, textos, vídeos, histórias irresistivelmente consumíveis. Séries como *Stranger Things* são construídas com algoritmos de recolhimento de dados, que recolhem nossos desejos e nos retornam produtos feitos à nossa imagem e semelhança. Este artigo se propõe a refletir sobre a necessidade de desconforto, incômodo como sentimos necessários à humanidade. Será o ser humano capaz de lidar indefinidamente com sua própria imagem? Ou será que, em um mar de monótona igualdade, o ser humano se voltará ao incerto e ao diferente?

Palavras-chave: Algoritmos, Dados, Construção da Realidade

Abstract

The human being does not like discomfort, annoyance, frustration and, consequently, the resulting pain. Throughout his history, they sought to minimize the chances of encountering these feelings. Machine Learning algorithms dig up the tons of data that we make available online on daily bases in search of our unconscious desires in order to be able to transform them into images, texts, videos, stories irresistibly consumable. Tv series like Stranger Things are built with data collection algorithms, which retrieve our desires and return products made to our image and likeness. This paper aims to consider the discomfort and the annoyance like necessary feelings to the humanity. Is the human being capable of dealing with his own image indefinitely? Or will this sea of monotonous

¹ Fabiola Brito, mestranda do Programada de Pós-graduação em Design da Universidade Anhembi Morumbi, professora de Marketing e Tecnologia da Informação no Instituto Presbiteriano Makenzie e na Universidade Anhembi Morumbi

² Bernardo Queiroz, Professor de Jornalismo na Universidade Anhembi Morumbi, Doutor em Comunicação e Semiótica dela PUC-SP e Mestre pela UFPE

³ Suzete Venturelli, Pesquisadora artista e professora (UAM / UnB), Realizou pós-doutorado na Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes (2014); doutorado em Artes e Ciências da Arte, na Universidade Sorbonne Paris I (1988), e mestrado (DEA) em Histoire et Civilisations - Université Montpellier III - Paul Valéry, França, intitulada Candido Portinari: 1903-1962 (1981). Graduada em Licenciatura em desenho e plástica, Universidade Mackenzie em São Paulo (1978).

sameness be enough to put the human being again in the course of the uncertainty and the difference?

Keywords: Algorithms, Data, Construction of Reality

Introdução

Este artigo é um estudo preliminar que tem por objetivo refletir e levantar questionamentos sobre o uso de algoritmos de análise de dados no desenvolvimento de conteúdos para entretenimento.

Particularmente neste trabalho, nós levantamos questões sobre o que o ser humano realmente quer e busca quando opta por consumir produtos, serviços e conteúdos que foram preparados de forma absolutamente personalizada utilizando seus comportamentos, seus gostos, suas histórias e, na maioria das vezes, sem que ele seja ao menos capaz de compreender como este processo ocorre.

Para fazer esta reflexão, revisitaremos a série da plataforma de streaming Netflix, *Stranger Things*, que apesar de não ser o primeiro produto da plataforma a utilizar a análise e o cruzamento de rastros de digitais em seu benefício, foi o primeiro a totalmente desenvolvido a partir de sugestões vindas dos algoritmos.

Observaremos o trabalho de Eli Pariser, em seu livro, *The Filter Bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*, de 2011 (A bolha dos algoritmos de filtro: Como a nova web personalizada está mudando o que lemos e como pensamos, tradução da autora), no qual o ativista já alertava para a transformação em curso na internet e em suas diversas plataformas e seus possíveis impactos negativos.

Passando pelo documentário da própria Netflix, *O Dilema das Redes*, disponibilizado em outubro de 2020, no qual ex-executivos de redes sociais como o Facebook, Pinterest e Instagram, aparecem ao lado de especialistas e pesquisadores alertando sobre os impactos causados pela manipulação de comportamentos humanos por meio de algoritmos de análise de dados.

Concluindo com questionamentos feitos pelo filósofo Byun-Chul Han em seu livro *The Expulsion of the Other*, de 2018 (A expulsão do outro, tradução da autora) sobre nosso desejo de expulsar a negatividade do outro, que surge no formato dos riscos, dores e desconfortos em nossas vidas, preenchendo este espaço com a positividade de nós mesmos, com dados conhecidos, pensamentos familiares – sem alarmes ou surpresas – em cada espaço possível de nossas vidas.

Stranger Things e a memória da sessão da tarde

Em junho de 2016 a plataforma de streaming de vídeos Netflix lançou a série *Stranger Things*. A série foi um sucesso imediato com sua mistura de memórias afetivas, com grandes marcos da cultura pop dos anos 1980 e um pouco de terror e suspense. Recheada de referências como *ET – O extraterrestre* e *Goonies*, a série fez muitos adultos visitarem suas memórias infantis.

Mas, entre os inúmeros textos de mídias especializadas da época que tentavam explicar o fenômeno falando sobre as referências cinematográficas, o enredo e o formato da narrativa, já era possível encontrar os textos que nos chamavam a atenção para o fato de a série ter utilizado algoritmos de análise de dados de internet em sua

produção. Um deles chegando a questionar se a série não seria uma “obra de arte dos algoritmos da Netflix”.

Apesar de não ter sido a primeira obra a utilizar os algoritmos para impulsionar sua existência, diferente de *House of Cards* que é baseada em uma série homônima da BBC, *Stranger Things* é a primeira totalmente pensada a partir dos rastros que deixamos ao navegar pela internet. Do gênero escolhido – terror, suspense, ficção científica – aos atores principais – Winona Ryder e Matthew Modine – à ambientação nos anos de 1980, tudo veio de alguma análise de dados.

A “obra de arte dos algoritmos” feita sob medida para o consumo rápido, em maratonas, chega à sua quarta temporada em 2020, e talvez tenha perdido um pouco do encantamento da primeira, mas certamente se tornou um marco na percepção de que os rastros que deixamos na internet podem atuar como ferramentas para a construção de conteúdos e narrativas complexas e não apenas para a venda de produtos de varejo.

Consumo sob medida, adequado ao seu momento

A Netflix é orgulhosa de seu algoritmo de recomendações, o mesmo responsável pela identificação das variáveis que levaram à produção de *Stranger Things*, tendo gasto mais de cinco bilhões de dólares para sua programação e afirmando que espera que ele se torne tão bom no que faz que possa “recomendar uma série ou filme que se encaixe no seu humor atual”.

Sem alarmes e sem surpresas, conhecido, familiar, um campo seguro e confortável para relaxar após uma semana difícil, mas é isso mesmo que deveríamos querer? Eli Pariser, em seu livro *The Filter Bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*, de 2011 (A bolha dos algoritmos de filtro: Como a nova web personalizada está mudando o que lemos e como pensamos, tradução da autora), nos introduziu ao conceito de bolha de algoritmos ao perceber que a internet havia se transformado em um espaço personalizável e em constante adaptação a um usuário particular.

Ele traça uma eficiente linha do tempo, capítulo a capítulo, iniciando com as alterações postas em prática pelo Google em 2006, e explica como e porque a internet deixou de ser um espaço com os mesmos conteúdos disponíveis para todas as pessoas ao mesmo tempo, para se tornar um espaço no qual uma curadoria algorítmica é aplicada antes que você possa ter contato com qualquer coisa presente nela. E fala sobre sua preocupação a respeito de como esta curadoria deixa de fora coisas que não acredita serem relevantes para um indivíduo, como se aquele texto imagem ou vídeo, nunca tivesse realmente existido. O livro foi lançado em 2011.

Diferente de alguns autores que soam alarmistas, Pariser fala com preocupação, mas também com a consciência de que algumas medidas precisariam ser tomadas diante da quantidade de informações geradas na internet. Ele apenas não acredita que as medidas adotadas tenham sido as mais éticas.

Para Pariser, que cresceu em uma cidade com a população total de 2,164 habitantes de acordo com o Censo de 2010, a internet era uma porta aberta para o mundo, mas lidar com a quantidade de informações presente nela havia se tornado impossível e as grandes plataformas começaram a trabalhar em alguma forma de escolher por nós o que deveríamos ver, ler, acessar ou simplesmente saber que existe. O valor escolhido para ser o crivo que permite a passagem ou não de uma informação foi a relevância. Sendo relevância aquilo que parece ser mais próximos de nossos gostos pessoais e comportamentos.

A preocupação do autor residia nos conteúdos que “deixam de existir” e na forma como estas escolhas estavam, e estão, sendo feitas com base em nossos hábitos, e naquilo que gostamos ou não, na nossa proximidade com algo ou alguém. Para Pariser, o alerta vem associado ao fato de que nós não somos consultados nesta escolha e de que às vezes, nós podemos querer saber sobre coisas que nos aborrecem, ou sobre coisas de algum lugar distante, ou sobre alguém com quem não temos tanta amizade, ou sobre assuntos que não são os que comumente conversamos, mas esta possibilidade pode ser tirada de nós à medida que a curadoria baseada na relevância foca naquilo que nos é mais agradável.

Sobre toda esta personalização baseada nas escolhas que fazemos, na maioria das vezes de maneira inconsciente, ele chega a dizer: “os filtros de personalização servem como um tipo invisível de autopropaganda, nos doutrinando com nossas próprias ideias, amplificando nosso desejo por coisas que sejam familiares”. (PARISER, 2011, paginação irregular, tradução da autora)

Para enganar os algoritmos, o autor ensina a clicar nestes temas divergentes, nestas pessoas distantes de forma que eles achem que isto também nos interessa. Porém hoje, após dez anos de amadurecimento dos algoritmos, talvez seja necessário mais que isso.

No mês de outubro de 2020, a Netflix lançou em seu catálogo o documentário O Dilema da Redes. Nele, vários ex-executivos de grandes redes sociais e outros aplicativos de internet como o Facebook, Pinterest e Instagram, falam sobre como as preocupações apresentadas por Eli Pariser evoluíram desde 2011. Entre as preocupações expostas agora por estes executivos está o resultado do amadurecimento do que Pariser chama de bolha de relevância e o seu resultado prático no mundo físico com a manipulação de informações e consequentemente de comportamentos.

Mas em nosso caso, o que chama a atenção é uma consequência apontada pelo PhD em psicologia social, Jonathan Haidt. Ele observa que a exposição extrema à qual nossas crianças se habituaram, ao postarem seus hábitos, suas rotinas, sua alimentação, amigos, roupas, comidas e pensamentos diariamente, diversas ao dia em busca de aprovação pública e a eventual não obtenção desta aprovação as tornou menos confortáveis em arriscar-se. Ele exemplifica com a vida romântica destes adolescentes, apontando que o número de jovens da Geração Z que já participaram de encontros românticos é menor em relação as gerações anteriores e continua caindo.

A expulsão da negatividade do outro em favor da positividade do mesmo

Para o filósofo Byung-Chul Han o outro é algo que deveria ser preservado em nossas vidas. Em seus diversos livros, ele deixa presente uma característica da sociedade atual. Deslocar o foco do externo para o interno e relaciona esta característica com diversas áreas de nossa vida cotidiana como amor (A agonia do Eros, 2017), trabalho (A sociedade do cansaço, 2017) e representação cidadã, passando é claro pela internet (No enxame, 2018).

Particularmente em seu *The expulsion of the other*, (A expulsão do outro, tradução da autora) Han fala sobre toda uma nova qualidade de males que este afastamento do outro provoca. Males difíceis de serem percebidos, pois aparecem revestidos da positividade do mesmo. Isto é, sendo algo que eu já conheço, com o que eu já me relaciono, isso não deve ser algo que me oferece risco. Para Han, ao nos afastarmos do outro, por exemplo, deixamos de ser incomodados, inflamados, doloridos, o que pode ser confortável, mas que passa longe de ser bom, já que nos adormece, deprime e sufoca. (HAN, 2018)

Como Pariser, Han fala dos perigos de nos rodearmos apenas de nossas próprias visões e ideias, apenas daquilo que nos traz conforto, apenas daquilo que nos é familiar e que não nos incomoda. Han é duro ao comparar este movimento ao das doenças de morte silenciosa como o infarto, que vem do excesso de nós mesmos. Ele alerta para o que chama de violência do mesmo, observando que esta é invisível, imperceptível, pois é revestida de positividade. Diferente do outro, que traz em sua interação a violência da agressão, da diferença, da inflamação, que de acordo com ele, permite que o corpo seja capaz de reagir por meio de seu sistema imunológico.

Em outras palavras, nós conseguiremos lutar contra um outro, apartado de nós, que nos invade, mas contra nós mesmos não. Contra nós mesmos, talvez nem cheguemos a perceber o que está acontecendo antes que seja tarde demais, e é por este motivo, para o autor, que corremos maior risco.

Se relacionarmos as visões dos autores veremos que a proximidade e a urgência é a mesma. A força do incômodo em ambos é a mesma, mas até que ponto nós queremos que isso seja diferente. Até que ponto, nós, consumidores, trabalhadores (positivistas sob o olhar de Han, cobrando a nós mesmos de nossas derrotas, senhor e escravo habitando o mesmo ser), nós gostaríamos de arriscar a dor?

A série na plataforma de streaming nos leva de volta à infância, a um período despreocupado e refúgio de devaneios de felicidade. As relações, em redes sociais virtuais, que nos uniu durante um período, ao focar na relevância dos conteúdos, nos isolam, deixam assim de serem redes e nos afastam de pessoas que nos questionem, que nos contraponham, que nos critiquem. Mantendo ao nosso redor aqueles que nos fazem coro. Ao completar nossos pensamentos, os algoritmos nos poupam algum trabalho de raciocínio e nós nunca paramos para refletir sobre o que ele deixou de fora para conseguir responder com tanta velocidade e precisão.

Um possível retorno ao desconhecido

Como dito no início, nosso objetivo não chegar a uma conclusão e oferecer uma visão de futuro possível, mas questionar se este ser humano, que prefere evitar a dor sempre que possível estará em algum momento disposto a enfrentá-la. Em uma passagem documentário O Dilema das Redes, o ator que interpreta um adolescente típico não consegue lidar com as frustrações cotidianas sem o suporte oferecido pelas redes sociais, o que sugere imaturidade emocional.

Mais afastados, imaturos emocionalmente e temerosos dos riscos envolvidos na exposição direta a outro ser humano, nos fechamos em bolhas de satisfação imediata e enviamos de volta à indústria sinais que realimentam este processo e o amplificam em outros setores já que é prática pautarmos o desenvolvimento de novos produtos em escolhas, muitas vezes inconscientes, feitas pelos seres humanos.

Nos questionamos se em algum momento não deveríamos começar a pensar, e se fosse diferente e projetar possibilidades disto acontecer.

Referências

PARISER, Eli. The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think. Penguin Books, 2011.

HAN, Byung-Chul. Agonia do Eros. 1ª. edição, Editora Vozes, Petrópolis, RJ, 2017.

SIIMI/2020

VII simposio internacional de
innovacion en medios interactivos
VII simpósio internacional de
inovação em mídias interativas
VII international symposium on
innovation in interactive media

HUB
eventos
2020

HAN, Byung-Chul. No Exame. Perspectivas do digital. 1ª. edição, Editora Vozes, Petrópolis, RJ, 2018.

HAN, Byung-Chul. Sociedade do Cansaço. 2ª. edição, Editora Vozes, Petrópolis, RJ, 2017.

HAN, Byung-Chul. The Expulsion of the Other: Society, Perception and Communication Today. 1ª edição, Editora Polity, 2018.

MILLER, Gustavo. Stranger Things uma obra de arte do algoritmo da Netflix?.

<https://cryptoid.com.br/banco-de-noticias/stranger-things-uma-obra-de-arte-do-algoritmo-da-netflix/> Acesso em: 06 de out. de 2020.

O DILEMA das Redes. Direção de Jeff Orlowski. Estados Unidos: Netflix, 2020. (94 min.).

A NETFLIX e as maratonas: novo gráfico de maratonas revela as séries que são devoradas e as que são saboreadas. About Netflix, 8 de junho de 2016. Disponível em: < https://about.netflix.com/pt_br/news/netflix-binge-new-binge-scale-reveals-tv-series-we-devour-and-those-we-savor-1 >. Acesso em: 06 de out. de 2020.

PACETE, Luiz Gustavo. Stranger Things e o uso de algoritmos. Meio e Mensagem, 2 de agosto de 2016. Disponível em:

<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/08/02/stranger-things-e-o-uso-de-algoritmos-pela-netflix.html> Acesso em: 06 de out. de 2020.

CHANDRASHEKAR, Ashok; AMAT, Fernando; BASILICO, Justin; JEBARA, Tony. Artwork Personalization at Netflix. Netflix Technology Blog, 07 de dez. de 2017. Disponível em: < <https://netflixtechblog.com/artwork-personalization-c589f074ad76> > Acesso em: 06 de out. de 2020.