

AJUSTE A SUA ATITUDE MENTAL
E ALTERE OS SEUS HÁBITOS PARA LARGAR
O DESEJO INCESSANTE POR MAIS
COISAS, AÇÚCAR, VALIDAÇÃO, DINHEIRO...

CÉREBRO DE ESCASSEZ

MICHAEL
EASTER

Para a Leah, obviamente

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	O Nosso Cérebro de Escassez	9
CAPÍTULO 1	O Ciclo da Escassez	17
CAPÍTULO 2	De que Modo o Ciclo da Escassez nos Prende	45
CAPÍTULO 3	Onde é que Reside o Ciclo da Escassez	55
CAPÍTULO 4	Porque é que Ansiamos Mais	69
CAPÍTULO 5	Escape	83
CAPÍTULO 6	Certeza	125
CAPÍTULO 7	Influência	151
CAPÍTULO 8	Comida	171
CAPÍTULO 9	Coisas	219
CAPÍTULO 10	Informação	259
CAPÍTULO 11	Felicidade	305
EPÍLOGO	Aquilo que Fazemos Agora	353
	Agradecimentos	365

INTRODUÇÃO

O Nosso Cérebro de Escassez

Qutaiba Erbeed, o meu intermediário no Iraque, é a pessoa mais cheia de tretas que já conheci. Foi assim que nos convenceu a entrar num complexo policial fortificado nos arredores de Bagdad.

Estávamos sentados num banco de madeira numa sala de espera improvisada. A parede atrás de nós estava cheia de fotografias de terroristas e senhores da droga. Cada fotografia mostrava um homem algemado com armas confiscadas e compostos químicos espalhados à sua frente. Grandes sacos de comprimidos, tijolos de pó, AK-47, bombas improvisadas, lança-granadas. As legendas em árabe indicavam a pessoa, o local e a operação.

Um circuito fechado de televisão pendurado num canto exibia uma transmissão ao vivo das celas. Uma cela fortemente vigiada detinha oito dos homens mais perigosos e procurados da região.

Estávamos à espera de falar com Mohammed Abdullah, chefe da força de combate às drogas de Bagdad. Erbeed atraíra-me para o Iraque com um «itinerário» detalhado. Dizia ter organizado todo o tipo de reuniões importantes, uma das quais era acompanhar a equipa de intervenção de Abdullah enquanto atacava células terroristas e de tráfico de droga.

Porém, após quatro dias no Iraque, nada acontecera. Quando cheguei e lhe paguei, Erbeed admitiu, «o itinerário era... hum... *proposto*. Sim, era uma *proposta*.»

Porém, agora, ao que parecia, Erbeed talvez tivesse convencido a força policial de Bagdad a deixar esta viagem acontecer. — Deram o OK, mas devemos usar coletes à prova de balas — disse Erbeed, satisfeito consigo próprio. — Agora, aguardamos pela resposta final.

Enquanto esperávamos, os detetives do narcotráfico iraquianos — à paisana, bigodes espessos, de revólver à cintura nas calças de ganga — emergiam dos gabinetes como coio-tes, todos a tentar farejar o que fazia este americano desengonçado sentado na sala de espera. Rodearam-me, mas não se envolveram. Em vez disso, conversavam, fumavam um cigarro atrás do outro e olhavam-me de soslaio.

Por fim, um deles saiu de um gabinete e aproximou-se de nós. Começou a falar. — Vêm connosco? — perguntou ele. — Quem vos disse que isso pode acontecer? Não. Isso não pode ser. É muito perigoso.

— Muito perigoso? — perguntei eu.

— Levei três tiros na semana passada — disse o polícia. Erbeed e eu tentámos parecer serenos.

— Os traficantes estão a tornar-se mais violentos — continuou o agente. — Muitos transportam e vendem quantidades de droga suficientemente grandes para arriscarem a pena de morte, pelo que lutarão para fugir.

Erbeed e eu recompusemo-nos, trocámos ideias e ponderámos. Explicámos então que aceitávamos o risco e que nos manteríamos em segundo plano.

O polícia olhou-me diretamente nos olhos e manteve o olhar enquanto apontava metodicamente para três pontos no seu peito. — Estaria morto se não tivesse usado um colete na semana passada — disse ele.

Então, encolheu os ombros. — Mas sim, vou perguntar.

Caminhou em pontas dos pés até ao gabinete de Abdullah, batendo ao de leve na porta e baixando a cabeça ao entrar.

Bagdad é considerado geralmente o lugar indicado para jornalistas que estão sozinhos serem sequestrados e vendidos ao ISIS, seja qual for a razão pela qual lá estejam. Eu estava lá por causa das drogas.

Estava a investigar o aumento dramático de uma nova droga de rua, semelhante à metanfetamina, denominada Captagon. É pouco conhecida nos Estados Unidos, mas está a provocar estragos no Médio Oriente e a espalhar-se. Todavia, a forma como fui parar ao Iraque exige uma explicação.

A resposta curta: foi a pandemia e não estava a pensar racionalmente. Porém, há uma resposta mais longa.

Enquanto jornalista de ciência e professor, estou interessado em compreender o comportamento humano. Toda a gente gosta de se concentrar no desenvolvimento de bons novos hábitos, mas eu quero saber como podemos resolver os comportamentos que mais nos prejudicam. Eis o busílis da questão: independentemente da energia que apliquemos em bons novos hábitos, se não resolvermos os nossos maus hábitos, continuaremos a ter o pé no travão.

E começara a reparar numa assinatura única dos comportamentos que mais nos fazem mal. Podemos repeti-los rapidamente. Os piores hábitos são coisas que podemos fazer repetidamente numa sucessão rápida — possivelmente, em nosso detrimento. Estes comportamentos são frequentemente divertidos e gratificantes a curto prazo, mas saem pela culatra a longo prazo.

Todos nós fazemos coisas deste género até certo ponto e, ainda que percebamos que estes comportamentos se tornaram contraproducentes, é-nos difícil acabar com eles.

Toda a gente sabe que qualquer comportamento é aceitável se for moderado. Porém, porque é que somos tão maus a moderar? Porque é que continuamos a comer quando

estamos saciados? Porque é que continuamos a comprar quando temos demasiado? Porque é que continuamos a beber quando já estamos embriagados? Porque é que navegamos nas redes sociais quando isso nos deixa infelizes? Porque é que vemos mais um episódio, mesmo quando percebemos que estamos a deixar passar uma vida mais significativa para além do ecrã? Porque é que ficamos presos? Presos a fazer a mesma coisa da qual nos arrependemos continuamente.

Aprendi que tais comportamentos são normalmente reações a sentimentos de «escassez». E basta um pequeno «sinal de escassez» para os incitar.

Um sinal de escassez é uma informação que dispara sobre aquilo a que os investigadores dão o nome de mentalidade de escassez. Esta leva-nos a crer que não temos o suficiente. Então, instintivamente, fixamo-nos em alcançar ou fazer aquilo que julgamos resolver o nosso problema e que nos fará sentir completos.

Os sinais de escassez são como o ar: à nossa volta e dentro de nós. Podem atingir-nos através de publicidade, redes sociais, notícias, conversas com colegas de trabalho, passeios pela vizinhança, entre outros. Podem ser diretos e abrangentes, tais como uma economia em declínio ou uma pandemia global. Ou ser subtis e triviais, tal como um vizinho que comprou um carro novinho em folha.

A nossa reação à escassez não é de todo uma novidade. É um antigo sistema comportamental que evoluiu naturalmente na mente humana para ajudar os nossos antepassados a sobreviver.

Os cientistas detalharam a nossa mentalidade de escassez e a nossa reação aos sinais de escassez já em 1795. E o tema é atualmente uma área de investigação intensa para psicólogos, antropólogos, neurocientistas, sociólogos, economistas e biólogos.

Hoje é bem aceite que, durante a maior parte da história humana, obedecer ao sinal seguinte de escassez, desejar e consumir constantemente nos mantém vivos. Evoluímos em ambientes hostis que tinham uma coisa em comum: eram mundos com menos, de escassez.

Coisas fundamentais para a nossa sobrevivência, tais como a comida, a informação, a influência, posses, tempo de vida, o que podíamos fazer para nos sentirmos bem — entre muitas outras —, eram escassas, difíceis de encontrar e de curta duração. As pessoas que sobreviveram e transmitiram os seus genes perseguiram mais. Por norma, comiam muito, acumulavam coisas e informação, procuravam obter influência sobre os outros e o seu ambiente e perseguiram o prazer e impulsos de sobrevivência em excesso.

Obedecer a estes desejos evolutivos manteve-nos vivos e ainda faz sentido para todas as espécies. Exceto uma.

À medida que os seres humanos descobriram como fazer as coisas mais rapidamente e baratas, durante a Revolução Industrial, os nossos ambientes de escassez mudaram rapidamente para ambientes de abundância. Na década de 1970, os benefícios desta revolução haviam-se espalhado para a maioria das pessoas nos países desenvolvidos. Têm-se espalhado por todo o mundo desde então.

Temos atualmente uma abundância — alguns poderão dizer uma sobrecarga — de coisas que a evolução nos fez desejar. Coisas como comida (especialmente, a variedade salgada, gorda e açucarada), posses (casas cheias de compras online), informação (a Internet), reguladores de humor (fármacos e entretenimento) e influência (comunicação social).

Todavia, continuamos programados para pensar e agir como se não tivéssemos o suficiente. Como se ainda estivéssemos naqueles tempos antigos de escassez. Aquele molho de nervos de um quilo e meio no nosso crânio está sempre

a analisar o cenário, a captar e a dar prioridade aos sinais de escassez, incentivando-nos a consumir mais.

Ainda somos compelidos a comer mais alimentos do que o nosso corpo necessita. A procurar impulsivamente mais informação. A comprar mais coisas desnecessárias. A lutar por mais influência sobre os outros. A fazer o que estiver ao nosso alcance para obtermos mais uma dose passageira de prazer. A fixar-nos em obter o que não temos, em vez de utilizarmos e aproveitarmos o que temos. Temos um cérebro de escassez.

A ciência demonstra que o nosso cérebro de escassez nem sempre faz sentido no nosso mundo moderno de abundância. Hoje em dia, funciona frequentemente contra nós, e forças externas exploram-no para influenciarem as nossas decisões. Está na raiz dos comportamentos contraproducentes dos quais não nos conseguimos libertar. Os hábitos que travam a fundo a melhoria da nossa saúde física e mental, da nossa felicidade e da nossa capacidade de atingir o nosso pleno potencial. A adicção, a obesidade, a ansiedade, as doenças crónicas, as dívidas, a destruição ambiental, as disputas políticas, a guerra e muito mais não são todas motivadas pelo nosso desejo de... mais?

A humanidade já experimentou antes grandes sinais de escassez, mas a pandemia de COVID-19 ocorreu num momento estranho. Uma época em que a tecnologia acelerou para fornecer um acesso abundante a tudo o que fomos criados para desejar, ao mesmo tempo que oferece às empresas uma visão sem precedentes acerca de como podem aproveitar exatamente o nosso cérebro de escassez para alterarem o nosso comportamento. Especialmente aqueles comportamentos que podemos repetir indefinidamente em rápida sucessão — possivelmente, em nosso detrimento. É como se houvesse um padrão de comportamento mais amplo em jogo... quase como um ciclo de escassez. Comecei inclusivamente

a designar este padrão em que reparei de «ciclo de escassez». E este parecia ser o assassino em série da moderação.

Embora a pandemia tenha acabado, a vaga de desejo e consumo que provocou não diminuiu. Estivemos sempre a caminhar em direção a mais. E sinais de escassez muito mais pequenos orientaram sempre sutilmente a nossa vida quotidiana. Empurraram-nos para aquele padrão de comportamento do ciclo de escassez de consumo rápido e repetido, mesmo nos melhores momentos.

E era por isso que estava neste complexo policial em Bagdad. Suspeitei que a ascensão daquela nova droga, Captagon, nesta cidade traiçoeira, guardasse implicações para o resto de nós. Poderia ajudar-nos a compreender o que acontece quando o nosso cérebro de escassez se depara com a súbita abundância de uma substância que pode empurrar-nos para um ciclo de escassez — satisfazendo-nos a curto prazo, mas prejudicando-nos a longo prazo. E, a partir daí, poderia começar a desvendar o que poderemos fazer em relação a todos os tipos de comportamento contraproducente.

O Iraque era apenas um lugar aonde precisava de ir. O meu desejo de compreender o cérebro de escassez e encontrar soluções para ele conduziu-me a uma jornada de dois anos e 65 mil quilómetros. Para além de Bagdad, viajei até às florestas da Bolívia, um mosteiro nas montanhas do Novo México, laboratórios por todo o país, ao interior de Montana e até (mais ou menos) ao espaço sideral.

Queria compreender o nosso cérebro de escassez e o ciclo da escassez e conhecer pessoas inovadoras que encontraram uma saída. Estas pessoas compreendem as desvantagens de mais, mas também percebem que existe algo de profundamente errado na forma como tentamos resolver muitos dos nossos problemas modernos.

Se e quando percebemos que o consumo excessivo está a provocar os nossos problemas, é-nos frequentemente dito

que a solução é simplesmente optar por menos. Comer menos comida para perder peso. Comprar menos coisas ou deitar fora o excesso para despertar alegria. Passar menos tempo em frente ao ecrã para ser mais feliz. Trabalhar menos para evitar ansiedade e esgotamento. Gastar menos dinheiro para ajustar as nossas finanças ou reformular os nossos negócios.

Porém, optar por menos, descobriria eu, traz o seu próprio conjunto de problemas. E alguns estudos novos e robustos revelam que almejar cegamente menos poderá mudar-nos para pior. Há inclusivamente épocas em que devemos inclinar-nos para o excesso.

As pessoas que conheci durante a minha jornada estão a fazer perguntas mais profundas e desafiadoras, mas os seus esforços estão a revelar as respostas que funcionam. Descobriram que a mudança permanente e a satisfação duradoura residem em encontrar o *suficiente*. Não demasiado. Não muito pouco. Algumas transformaram inclusivamente o ciclo da escassez num «ciclo de abundância», usando o ciclo para fazer mais daquilo que nos ajuda.

A porta do gabinete do coronel Mohammed Abdullah abriu-se. A sala ficou em silêncio. De lá, saiu o próprio coronel.

— Onde está o americano? — perguntou ele.

Todas as cabeças se viraram na minha direção.



O Ciclo da Escassez

Muito antes do Iraque, a minha jornada tivera início na minha cidade natal, Las Vegas, uma cidade que é para o cérebro de escassez o que a cidade do Vaticano é para o catolicismo. Poucos lugares condensam melhor a nossa capacidade moderna de consumir num só lugar.

Porém, de tudo o que esta cidade oferece, nada parece despertar mais a escassez do que as *slot machines*. Las Vegas não foi construída sobre vencedores. Foi construída sobre cilindros giratórios encapsulados em armários reluzentes e ruidosos em que as pessoas jogam repetidamente — em última análise, em seu detrimento. O que explica a razão de as máquinas estarem por todo o lado.

Os casinos em Las Vegas Strip são, não surpreendentemente, vastos labirintos delas. Porém, as *slot machines* também estão nos nossos postos de combustível, supermercados, bares, restaurantes e terminais de aeroporto. E as pessoas jogam nestas máquinas a qualquer hora do dia, durante horas seguidas. Jogam nos supermercados às 6 horas da manhã. No restaurante local, à hora de almoço ou jantar. E uma vez

vi um tipo a jogar numa *slot machine* de um 7-Eleven* e a pedir a entrega de uma piza.

Perguntei ao empregado na caixa se isto era normal. «Está a brincar?»», disse ele. «Temos clientes regulares.»

Porém, Las Vegas não é o único lugar repleto de pessoas regularmente irregulares. Trinta e quatro estados permitem as *slot machines*. E, tal como o Nevada, muitos desses estados permitem máquinas fora dos casinos — em todos os cantos e recantos da vida quotidiana. E são vacas leiteiras em qualquer lugar onde as coloquemos.

As máquinas faturam mais de 30 mil milhões de dólares por ano, apenas nos Estados Unidos, cerca de 100 dólares por americano, por ano. É mais do que gastamos em filmes, livros e música *juntos*. E o número aumenta cerca de 10% todos os anos.

Eu queria entender a razão. Porque é que as máquinas são tão singularmente cativantes? Imagine: deixar os seus produtos perecíveis estragarem-se, pois foi levado a jogar numa *slot machine* chamada Kitty Glitter, no supermercado, às 8 horas de uma terça-feira.

Comecei por telefonar a alguns investigadores que estudam o vício do jogo.

Este era um beco sem saída. Realmente sem saída.

Os investigadores acusaram os casinos de recorrerem a métodos estranhos e quase subversivos para nos levarem a jogar mais. Todos nós provavelmente já ouvimos falar de alguns deles. Por exemplo, um cientista disse-me que os casinos removem os relógios para que percamos a noção do tempo enquanto jogamos. Outro investigador doutorado e avesso ao jogo, disse-me: «os casinos nunca querem ter ângulos de noventa graus». O argumento era de que os ângulos

* Cadeia norte-americana de lojas de conveniência. [N. T.]

retos supostamente nos forçavam a ativar a parte racional do nosso cérebro que toma decisões. «Os ângulos retos levam a que nos confrontemos connosco enquanto alguém que toma decisões, o que poderia diminuir a nossa taxa de apostas na máquina», disse o investigador. Outro explicou ainda que a música das *slot machines* de casino toca apenas na agradável tonalidade de Dó Maior, que é aparentemente relaxante para nós e, por sua vez, relaxante para a nossa carteira. Todas estas alegações foram amplamente divulgadas em meios de comunicação tais como a *Atlantic* e o *New York Times*.

Porém, nada fazia sentido.

Um pouco de bom senso e algumas visitas a casinos provaram que estas afirmações eram mitos ou práticas comerciais comuns. Por exemplo, não, os casinos não têm relógios em todas as paredes, mas o mesmo se observa, por exemplo, na Costco, na Macy's ou na Home Depot local. A maioria das empresas não pendura relógios por todo o lado, pois, presumo, os seres humanos usam relógios de pulso e têm telemóveis.

E ao visitar alguns dos casinos mais lucrativos de Las Vegas, vi ângulos retos em todo o lado. Mesmo em todo o lado. Por amor de Deus, os ecrãs das *slot machines* são quadrados. Algumas zonas dos casinos pareciam ter sido concebidas por cubistas.

Entrei inclusivamente em contacto com Peter Inouye, um compositor de música para *slot machines*. «Posso confirmar que nem sempre utilizo a tonalidade de Dó Maior», disse-me ele. Escreve os seus *jingles* em todas as tonalidades.

Porém, o mais misterioso era outra coisa que não fazia sentido. A maioria destes mitos acerca dos «truques subversivos» que os casinos utilizam para nos levarem a jogar nas *slot machines* já existia pelo menos desde a década de 1960. Todavia, os jogos nestas máquinas eram impopulares naquela época. Não só não existiam em postos de

combustível ou supermercados, tal como dificilmente existiam nos casinos.

Então, por volta de 1980, as *slot machines* espalharam-se como um vírus. Invadiram os casinos e passaram de fazer pouco dinheiro para 85% das receitas dos casinos.

Talvez tenha sido graças a todos aqueles ângulos retos que vi nos casinos, mas tive um momento de racionalidade. Em vez de falar com pessoas que querem que todos *deixemos* de jogar, precisava de falar com pessoas que querem que *começemos* a jogar. Tive de fazer o que conduz sempre um jornalista às melhores respostas. Tive de seguir o dinheiro.

Isto conduziu-me a um casino curioso a apenas quinze minutos de minha casa.

Era o casino mais novo e moderno da cidade. Tinha as *slot machines* mais fascinantes, as mesas mais ostentosas, os quartos de hotel mais confortáveis e os melhores restaurantes que a indústria do jogo poderia oferecer.

Porém, eis a questão: a maior parte dos casinos fará tudo para que entremos. Neste — não muito diferente de uma esquadra de polícia de Bagdad —, não somos bem-vindos.



O Black Fire Innovation surge como um cubo de Rubik gigante perto da orla do deserto de Mojave, em Las Vegas. O edifício tem cerca de 10 200 metros quadrados e quatro andares — todos com janelas quadradas e linhas simples e modernas. Fica a poucos minutos da rocha vermelha e dos catos do deserto aberto, porém, a terra selvagem transforma-se em calçada e, a partir daí, todas as estradas levam ao coração da cidade.

Das amplas janelas envidraçadas do escritório de Robert Rippee, conseguia vê-la: a Las Vegas Strip. Os raios implacáveis

do sol do deserto irradiavam dos *resorts* dos casinos. Catedrais de consumo, todas vestidas de néon e espalhadas ao longo dos 6,7 quilómetros de Las Vegas Boulevard.

Rippee estava sentado à secretária, com as costas direitas. Havia diplomas pendurados nas paredes do seu escritório, mas o homem não era o cromo académico com doutoramento que esperava. Óculos transparentes de marca emolduravam o seu rosto e uma pulseira de oração budista envolvia o seu pulso. Tinha a constituição de um triatleta, uma barba grisalha perfeitamente aparada e roupa feita à medida.

Este ar sofisticado advém dos anos que passou como executivo num dos maiores e mais lucrativos casinos de Las Vegas Strip. O trabalho exigia a análise de dados do comportamento humano e a tomada de decisões que alterassem as ações de milhões de visitantes. Ingressara na universidade na casa dos 50 para estudar o assunto formalmente. Rippee queria compreender profundamente o que nos move.

Meia década antes do nosso encontro, Rippee estava a almoçar com um executivo da Caesars, uma das maiores empresas de casinos do mundo. A Caesars possui mais de cinquenta casinos espalhados pelos Estados Unidos, onde os jogadores gastam 10 mil milhões de dólares por ano. Este executivo queixava-se de um problema específico.

A Caesars estava a comprar todo o tipo de novas tecnologias que, segundo diziam, melhoraria os seus resultados financeiros. Por exemplo, uma *slot machine* com um novo recurso semelhante a um jogo de vídeo, que levaria as pessoas a jogar durante mais tempo. Ou um rastreador de dados alimentado por IA que criava perfis detalhados de hóspedes individuais com base na forma como apostavam, comiam, bebiam e faziam compras e, em seguida, gerava sinais que os levaria a gastar mais dinheiro no casino.

Porém, a Caesars não tinha qualquer ideia se a nova tecnologia funcionaria até ter gastado milhões de dólares para

pô-la em utilização. Era uma aposta de casino e, neste caso, a casa estava a perder.

Então e se, propôs Rippee, a Caesars fizesse uma parceria com a Universidade do Nevada, em Las Vegas? É aí que Rippee e grupos de outros cientistas estudam de que forma a tecnologia afeta o comportamento humano nos casinos. A UNLV e as suas várias alas de investigação são como se Harvard se reunisse com Cambridge e a Área 51 para moldarem as decisões humanas em Las Vegas Strip e arredores.

Eles sabem o que *funciona*. E tem pouco que ver com geometria ou notas musicais.

E se criassem um casino que é um laboratório? E se construíssem um casino, mas o utilizassem inteiramente ao serviço da investigação? Crie-se um casino verdadeiro, mas enchendo-o com um grupo de doutorados, mentes brilhantes da tecnologia e participantes de estudos. Poderia ser um lugar para testar jogos e a forma como as pessoas apostam na sequência de pistas óbvias *versus* subliminares. Ou investigar de que modo os mais ínfimos ajustamentos numa *slot machine* nos levam a fazer uma coisa ou outra. Poderia ser uma incubadora em que os que tivessem a próxima grande ideia pudessem colaborar, encontrar financiamento de capital de risco e aceder às mentes de cientistas brilhantes e especialistas da indústria.

O resultado é este lugar. O Black Fire Innovation. Uma espécie de zona crepuscular dos casinos.

— Somos um laboratório gigante que simula um casino na Las Vegas Strip — disse Rippee. — Um lugar onde podemos explorar novas tecnologias, mudanças comportamentais e muito mais. Emulamos a totalidade do *resort* integrado, dos quartos de hotel à restauração, passando pelo entretenimento, aos jogos de azar e, inclusivamente, o retalho e a sinalética.

Rippee contou-me isto enquanto saíamos do seu escritório e entrávamos naquilo que era efetivamente um casino.

Exceto que não havia fumo e havia mais dispositivos científicos e pessoas com formação avançada.

— Esta zona emula uma casa de apostas desportivas — disse ele. Diversas janelas de apostas e diversos quiosques cobriam uma parede. Cadeiras estofadas de couro cinzento-escuro ficavam de frente para um ecrã gigante, com a espessura de um cartão de crédito, a transmitir um jogo entre Twins e Yankees. A ladeá-lo, havia ecrãs menores, onde passavam as linhas de apostas desportivas do dia. Astros — 190 sobre os Rangers. Red Sox — 125 contra os Mariners. Mets empatados com os Cardinals.

A seguir, caminhámos em direção a uma fila de mesas de feltro verde assentes em couro e madeira escura. Estavam rodeadas de cadeiras em couro preto e vermelho. — São jogos de mesa tradicionais onde podemos testar jogos novos, tecnologias e monitorizar comportamentos — disse ele.

Rippee apontou, então, para uma máquina redonda rodeada por seis cadeiras com um ecrã grande ao centro. — Também temos jogos de mesa eletrónicos — disse ele. Aí, os jogadores dos estudos fazem apostas em ecrãs individuais, enquanto um *dealer* virtual, no ecrã central maior, baralha as cartas ou faz girar uma roleta. Podemos crer que a revolução da IA não passou despercebida à indústria do jogo.

Rippee apontou então para um corredor, no canto mais distante da sala. Terminava em duas portas lado a lado, cada uma com entrada através de um cartão de acesso. — Por aqui, vai-se dar a dois quartos de hotel — disse ele. Perto, havia uma grande cozinha aberta. Além dela, havia um bar de *cocktails*. A seguir, um café. Nesses locais, os investigadores podem testar de que forma cada detalhe dos quartos, da comida e da bebida do casino influenciam toda a experiência do cliente.

A visita prosseguiu. Rippee apontou para as paredes cobertas de ecrãs de vídeo a transmitirem anúncios experimentais. Em seguida, para um espelho interativo concebido para

guiar os jogadores até pontos críticos do casino. Depois, para «uma sala digital de experimentação tecnológica». — E ali há uma arena de desportos eletrônicos.

— Assim, a ideia geral é que podemos trazer um magote de pessoas e expô-las a cenários diferentes — disse-me Rippee. — E a seguir podemos voltar atrás e medir as suas expectativas e o seu comportamento. A partir daí, conseguimos obter algumas ideias acerca de como o comportamento muda à medida que avançamos na tecnologia.

— E tudo isto é possível — continuou ele —, pois temos mais de 73 empresas que são nossas parceiras no fornecimento de dinheiro ou equipamento. — A Caesars é o parceiro líder, mas os gigantes da tecnologia e dos jogos, tais como as Adobe, Intel, LG, Hewlett-Packard, Panasonic, Zoom, Boyd Gaming e DraftKings, também investem financeiramente.

Os casinos de Las Vegas já não são os locais administrados pela *mafia* que outrora foram. São atualmente laboratórios vivos de investigação e locais de teste. Vastas bases de dados do comportamento humano. É por isso que, antes de os construtores trazerem mesas de dados e roletas para este lugar, instalaram o seu cérebro: uma estrutura de supercomputação. Rippee apontou para ela.

A estrutura estava numa sala envidraçada com ar condicionado e tinha o tamanho de quatro frigoríficos. Zumbia, respirava. Fios multicoloridos emergiam dela. Estavam todos agrupados e subiam pela parede como veias, acabando por desaparecer no teto.

Tal como os computadores nos casinos de Las Vegas, este aqui espalha os seus tentáculos sobre cada ocorrência. O que acontece em Las Vegas já não fica em Las Vegas. Todas as ações humanas e a cadeia de reações daí resultante convergem para a nuvem, onde são avaliadas, investigadas e esmiuçadas.

Rippee conduziu-me, a seguir, até um recurso final deste lugar. Aquilo que eu viera aqui compreender. Um burro de

carga para compreender o passado, o presente e o futuro do comportamento humano. Uma metáfora para uma nova era da humanidade em que somos empurrados para comportamentos que repetimos rápida e continuamente, por razões que talvez não compreendamos totalmente.

— Aqui estão as *slot machines* — disse ele. Alinhavam-se numa parede. As suas caixas cromadas brilhavam e todos os ecrãs pulsavam. — Porém, quero que converse com outra pessoa sobre elas — disse Rippee. — O nome dele é Daniel Sahl.



As pessoas que estão a transformar a humanidade já não são os barões do petróleo do início do século xx. Nem os magnatas de Wall Street da década de 1980.

São pessoas como Daniel Sahl. Matemáticos que também «percebem o que irá envolver as pessoas», tal como ele disse. Sahl vestia calças de ganga e um casaco desportivo que cobria uma t-shirt estampada com o logotipo do Pizza Planet do filme *Toy Story*. Precisava de um corte de cabelo. Nunca estabeleceu um contacto visual ao passar pelas *slot machines* e mesas de cartas, dados e roleta enquanto caminhava na minha direção através do seu laboratório.

Para compreender por que motivo estamos a ser empurrados tão profunda e rapidamente para mais, é necessário compreender a mecânica do ciclo da escassez. E não há melhor maneira de fazer isso do que desvendar uma mudança peculiar que ocorreu na indústria das *slot machines* por volta de 1980. Esta amplificou o ciclo da escassez e tornou-o popular. O que me conduziu ao Center for Gaming Innovation.

O Center for Gaming Innovation faz parte do Black Fire Innovation. Teve início em 2013, quando Sahl era aluno de doutoramento e investigava acerca de como aplicar teorias

dos videojogos às *slot machines*. Na altura, era uma teoria rebuscada, mas Sahl tinha um talento especial para inventar jogos de casino que compeliavam as pessoas a jogar numa rápida sucessão. Apenas dois anos depois, a UNLV ofereceu o laboratório a Sahl.

Os jogos criados no laboratório de Sahl arrecadaram quantias incalculáveis. Milhões de dólares regressaram ao laboratório. — Temos quase trinta patentes e o número continua a aumentar. Já vendemos mais de trinta jogos a casinos de todo o mundo — disse-me Sahl, após nos sentarmos a uma mesa de jogo semicircular no laboratório. — E todo o dinheiro volta para o centro e para os alunos. Não são muitas as vezes em que podemos assistir a aulas, ter uma ideia e, seis meses depois, receber um cheque para um ano de propinas.

E os graduados do laboratório não acabam a trabalhar apenas para os maiores casinos, fabricantes de *slot machines* e aplicações de apostas do mundo. Também eles seguem o dinheiro. Estão a desenvolver novas tecnologias de modificação do comportamento para contratos militares dos EUA, autoridades policiais, *startups* de tecnologia e grandes retalhistas online. Imagine que consegue criar um jogo tão envolvente, que uma pessoa jogará centenas de vezes seguidas, apesar de saber que provavelmente perderá dinheiro. Nesse caso, também conseguirá criar produtos que levem as pessoas a repetir todo o tipo de comportamento. Estes graduados são os futuros agricultores da mentalidade de escassez.

Durante a década de 1970, os executivos dos casinos ignoraram as *slot machines* e enfiaram-nas aos cantos. Charles Hirsch, um executivo de Las Vegas dos anos 1970, dizia que as *slot machines* eram «brinquedos para ocupar e divertir os amigos e a família dos verdadeiros clientes do casino — os jogadores de cartas ou dados».

Os jogos de cartas e dados rendiam dez vezes mais dinheiro aos casinos naquela época. Os jogadores preferiam esses

jogos, pois eram barulhentos, atraentes e estimulantes. Além disso, esses «jogos de mesa» permitiam que os jogadores experimentassem a emoção de uma vitória quase metade das vezes. Os jogadores tinham 40% a 49% de probabilidades de ganharem qualquer jogo.

Por outro lado, as *slot machines* eram enfadonhas, pelo que eram poucos os que jogavam nelas. As máquinas eram engenhocas analógicas pesadas e silenciosas. Os jogadores ficavam sentados sozinhos, em silêncio, a puxar uma alavanca e a observar os feios cilindros de aço girarem. Então, *clunk, clunk, clunk* — os cilindros parariam. E o jogador provavelmente perderia.

Esse era o maior problema. Os jogadores podiam apostar apenas numa única linha de símbolos em cada jogo. Por isso, para ganhar, o jogador precisava que os símbolos certos se alinhassem perfeitamente na linha do meio. Isto raramente acontecia: apenas 3% de todas as jogadas em *slot machines*.

O bom senso dita que deixemos rapidamente de fazer algo que não nos traga nada de volta. Um século de investigação da Psicologia também o confirma. Por exemplo, se rodarmos a chave do nosso automóvel e o motor não arrancar, tentamos rodar a chave mais algumas vezes. Porém, se nada acontecer, não continuaremos a rodar a chave. Acabamos por desistir e abrir a capota ou chamar um reboque.

Os psicólogos denominam esta interrupção do comportamento não gratificante de «extinção». É perceptível em todos os animais que estudámos. E, no que toca a provocar a extinção, as *slot machines* da altura eram como o cometa que matou os dinossauros. Eram tão boas a provocar a extinção, que muitas nem sequer tinham cadeiras. Poucas pessoas jogavam nelas durante um período suficiente para precisarem de se sentar.

Foi então que apareceu um homem chamado Si Redd. Isto foi por volta de 1980. Redd, nascido em 1911, era filho de um meeiro pobre do Mississippi. Crescer durante a Grande

Depressão modificou a sua psique. Marcou-o com um impulso e uma energia implacáveis, que Redd concentrou inteiramente em enriquecer. Com apenas 18 anos, começou a construir um império de máquinas de *pinball* e *jukeboxes* no Sul e no Nordeste. Redd foi tão bem-sucedido que, no final da década de 1950, a *mafia* lhe propôs um acordo injusto: vendamos o seu negócio ou vamos matá-lo.

Levou então os seus talentos para Las Vegas. Redd andava por Las Vegas com fatos castanhos de poliéster, óculos escuros do tamanho de um pires e gravatas de *cowboy* cravejadas de pedaços de turquesa do tamanho de bolas de golfe. O *cowboy* conhece Rat Pack. Las Vegas da velha guarda.

No final da década de 1970, Redd apercebeu-se que o novo videogame da Atari prendia a atenção das crianças durante horas. O que para ele era uma tolice — pois quando estas crianças ganhavam num videogame, não ganhavam nada de tangível. Porém, isso deu-lhe uma ideia.

Redd compreendeu a psicologia da extinção. Ele sabia que passar por muitas perdas seguidas não é divertido. O jogo é muito mais entusiasmante quando ganhamos — mesmo que tais ganhos sejam pequenos.

Questionou-se acerca da possibilidade de tornar as *slot machines* digitais. Em vez daqueles cilindros analógicos físicos barulhentos, que ofereciam apenas uma linha de símbolos em que apostar e probabilidades terríveis, Redd começou a fabricar *slot machines* com ecrãs. Isto significava que, quando os jogadores jogavam, era ativado um computador e os «cilindros» apareciam a rodar num ecrã.

Os ecrãs abriram um mundo de possibilidades de apostas e ganhos. Redd programou as máquinas para que os jogadores pudessem apostar em mais do que apenas uma fileira, ou linha, de símbolos por jogo. Algumas máquinas permitiam que os jogadores apostassem em cem linhas de símbolos num único jogo. Imagine todos os tipos de linha de formato

instável a percorrerem uma grelha de símbolos de cinco por cinco. Linhas retas, linhas inclinadas para baixo, linhas inclinadas para cima, linhas em forma de V, linhas em forma de M e assim por diante. E *qualquer* uma delas permitia ganhar.

Ao apostarem um centavo ou cinco centavos em cada uma das dez, vinte, quarenta ou mesmo cem linhas diferentes em cada jogo, os jogadores tinham uma maior probabilidade de ganharem *algo* numa ou duas linhas. As hipóteses de ganho em qualquer jogo nas *slot machines* aumentaram para cerca de 45%.

Podia ser um grande ganho. Porém, muito mais frequentemente, era menos dinheiro do que a aposta original. Por exemplo, um jogador podia apostar 1 dólar e «ganhar» 50 centavos.

Caracterizar isto como «ganhar» pode parecer estranho. Completamente idiota, até. Porém, recuando à década de 1950, a ciência confirma que Redd sabia algo fundamental acerca do comportamento humano. Percebeu que o cérebro humano não experimenta esse resultado como a *perda* de 50 centavos. Tende a ignorar o dólar investido e percebe-o como um *ganho* de 50 centavos. Os casinos intitulam um ganho mais pequeno do que a aposta feita de «perdas disfarçadas de ganhos».

E investigadores noruegueses descobriram recentemente que o nosso cérebro responde a estas «perdas disfarçadas de ganhos» como pequenos ganhos e não como pequenas perdas. Elas levam-nos a jogar mais e a gastar mais dinheiro, pois mantêm a esperança, a expectativa e o entusiasmo.

Após ter tirado partido desta peculiaridade do cérebro, Redd fortaleceu-a, roubando uma jogada dos manuais de Psicologia. Tornou as máquinas praticamente indutoras de epilepsia. As máquinas digitais permitiram que Redd acrescentasse sons altos e animados, luzes brilhantes e figuras divertidas no ecrã. Programou as máquinas para emitirem esses ruídos, luzes e figuras emocionantes, tanto no caso de verdadeiros

«ganhos» como no caso de «perdas disfarçadas de ganhos». Os psicólogos denominam aquilo que aconteceu a seguir de condicionamento. Da mesma forma que os cães de Pavlov salivavam ao som de uma campainha, os seres humanos começaram a associar as reações fantásticas da máquina não apenas a grandes e verdadeiros ganhos, como também a perdas disfarçadas de ganhos.

Para percebermos esta mudança, digamos que jogávamos numa máquina antiga e numa das máquinas de Redd. Finja que temos 10 dólares e que apostamos 1 dólar em cada jogo. Eis como seria.

As Máquinas Antigas

Jogo: perdemos, perdemos, perdemos, perdemos, perdemos, perdemos, perdemos, perdemos, perdemos, ganhamos dois dólares, perdemos, perdemos, perdemos, perdemos.

Resultado líquido: perdemos 10 dólares.

Tempo total de jogo: um minuto.

Entusiasmo e probabilidade de jogar novamente: preferíamos desvitalizar um dente.

As Máquinas de Redd

Jogo: perdemos, ganhamos 0,50 dólares, ganhamos 0,80 dólares, ganhamos 1,50 dólares, perdemos, ganhamos 0,40 dólares, perdemos, ganhamos 0,80 dólares, ganhamos 0,25 dólares, perdemos, perdemos, ganhamos 4,00 dólares, perdemos, ganhamos 0,50 dólares, ganhamos 6,00 dólares, perdemos, perdemos, ganhamos 0,20 dólares, perdemos, perdemos e assim por diante, até...

Resultado líquido: perdemos 10 dólares.

Tempo total de jogo: quinze minutos.

Entusiasmo e probabilidade de jogar novamente: posso pedir 10 dólares emprestados?

«Num mundo saturado de confortos, estimulação excessiva e o fascínio perpétuo da conveniência, surgiu discretamente uma crise. É o “cérebro de escassez” que leva a nossa mente a desejar mais. Michael Easter apresenta ideias para retificar a mentalidade de carência e revela o aspeto psicológico que está por detrás das nossas compulsões tecnológicas.»

Rich Roll, autor e atleta

Será que estamos programados para desejar sempre mais? Seja comida, informação ou influência, por que razão nunca nos sentimos saciados?

Michael Easter, um dos maiores especialistas mundiais em mudança de comportamento, mostra que o nosso maior problema é a mentalidade deixada pelos nossos antepassados que tinham de procurar e consumir constantemente porque as ferramentas de sobrevivência (comida, bens materiais, informação, poder) eram escassas. Mas com a capacidade moderna de satisfazer facilmente o nosso antigo desejo de ter mais, o «cérebro de escassez» está agora a revelar-se um problema. Easter viajou pelo mundo e falou com inovadores e cientistas que estão a encontrar explicações surpreendentes.

A solução não é almejarmos cegamente menos. É entendermos por que razão desejamos mais, abandonarmos os nossos piores hábitos e apreciarmos melhor o que já temos. Só assim poderemos alcançar uma mentalidade de abundância e levar uma vida mais harmoniosa.



Penguin
Random House
Grupo Editorial

www.penguinlivros.pt

penguinlifestylept
 penguinlivros

ISBN 9789897878305



9 789897 878305 >