



Informação demais não faz mal: contribuições da filosofia da mente e das ciências cognitivas para o exercício da comunicação profissional¹

Suely Mara Ribeiro Figueiredo²
UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS

Resumo

Negamos, com base no modelo de mente cientificamente aceito pelas ciências cognitivas e epistemologicamente legitimado pela filosofia da mente, que a multiplicidade de meios de comunicação, a massificação de seus enunciados, a instantaneização dos fatos, a ubiquidade ostensiva, a velocidade das mensagens, o bombardeio de informações, a superficialidade da notícia, a banalização do cotidiano, a homogeneização, pasteurização e espetacularização do real (e outras teorizações dessa natureza) estejam fazendo do homem contemporâneo um ser com diminuída capacidade reflexiva, alguém mais superficial, menos exigente, alienado ou embotado pelo ritmo comunicacional do mundo. Afirmamos que essa constatação deve introjetar-se na prática da comunicação social a fim de amplificar a eficiência do exercício profissional.

Palavras-chave: comunicação social; filosofia da mente, epistemologia

1 - Introdução

Desde que o pessimismo frankfurteano se instalou na reflexão sobre a comunicação, é comum se aceitar a ideia de que estamos num tipo de crise que, independente de como venhamos a caracterizar, tem alguma relação com – ou é causada ou agravada ou alimentada por - o excesso de informação a que estamos submetidos, o bombardeio, como preferem muitos autores, que sofremos com mensagens de toda natureza, sendo geralmente mais nocivas as veiculadas nos meios de comunicação de massa, pois são buriladas por profissionais de toda espécie para prender nossa atenção ou incitar um determinado conhecimento.

Esse medo pode parecer justificável, mesmo aos de visão ampla, pois é fácil encontrar verdadeiras multidões sendo levadas pela ação dessas mídias aos shoppings, aos grandes eventos, a uma situação de irreflexão pela manutenção de uma espécie de estado de excitação alimentado por informações velozes e sistemáticas.

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora Assistente da UFT, Jornalista e Mestre em Filosofia.



Paralelo a esse processo, principalmente nas últimas quatro décadas, estudos sobre a cognição humana, vinculados à área das ciências naturais, fizeram avanços que parecem ter escapado aos profissionais e teóricos da comunicação. De uma forma muito despreziosa, mas definitiva, as ciências da mente impulsionaram a síntese entre apocalípticos e integrados, acrescentando a esse debate conhecimentos seguros sobre o funcionamento mental, sobre como percebemos e processamos as informações que o ambiente – com ou sem intenção, direção e velocidade – nos repassa.

O jornalismo, especialmente ele entre todas as formas de comunicação social, não pode permanecer naquela atrasada e desastrosa forma de pensar. É hora de superar o complexo de embotamento e aprender, com essas ciências, que o cérebro humano não só é apto a lidar com o excesso de informações como tende mesmo a provocá-lo. Mais que isso, ele tem estratégias individuais e coletivas de deflagrar turbilhões de informações, pois assim otimiza o mundo da forma a mais favorável possível ao desenvolvimento do projeto da espécie e dá o suporte e a logística que o complexo potencial cognitivo do *homo sapiens* necessita; este ambiente locupletado de desordens informacionais é o *locus* e o *ethos* buscado pela evolução.

As teses que postulam uma realidade onde o ser está instantaneizado pela ação fulminante dos m.c.m., banalizado pelo ritmo informacional do cotidiano, homogeneizado, pasteurizado, vivendo na superficialidade, mantido na minoridade e sem tempo mental para a reflexão dada a velocidade a que é demandado a responder a estímulos comunicacionais estão defasadas. Contamos hoje com conhecimentos legítimos sobre a mente que impossibilitam tal leitura da realidade.

Já passa da hora dos profissionais de comunicação, principalmente os jornalistas, se beneficiarem desses ensinamentos. Não podemos ficar repetindo mantras ideológicos quando um conhecimento racional, passível de comprovação, construído pelo método científico, confirmado pela prática psico-neurológica e evidenciado epistemologicamente pela reflexão filosófica, está a nossa disposição.

É optar pela incompetência fazer jornalismo hoje voltado para uma sociedade esquizofrenizada pelos apelos espetaculosos da mídia, pois esse diagnóstico não se confirmou. Todo o esforço em combater a ignorância, a superficialidade e a alienação baseado nessa ideia não traria resultados dados os equívocos cometidos pela simples



falta de compreensão do fenômeno com que estamos lidando: o tipo de ser inteligente que habita em nós por determinação ontológica.

2 - Sobre mente e cognição

Para desconstruir, junto aos profissionais da comunicação, principalmente os jornalistas, a ideia de que o homem hoje seja mais irracional, superficial, banal ou imediatista do que foram seus antecessores por estar submetido a um turbilhão informacional, ou seja, imensa quantidade de informação a altíssima velocidade, vale a pena revistar os argumentos mais bem estruturados da filosofia da mente e, para que não se confundam com corolários de pontos de vista, subsidiar esses argumentos filosóficos com a chancela da ciência cognitiva. Posto isto, eis nosso diálogo com a tradição teórica.

a) Sobre as contribuições da filosofia da mente para a compreensão da relação mente/mcm

Ao falarmos das contribuições da filosofia contemporânea da mente para a relação mente/ comunicação de massa, estamos metodologicamente renunciando ao dualismo mente/corpo e tratando do que antes se chamava mente ou cérebro de órgão mente-cérebro, que não admite separações sistêmicas. SEARLE, DENNETT, DAVIDSON são filósofos da mente que nos convidam, a princípio, a abdicar definitivamente da compreensão de fenômeno mental enquanto produto do cérebro. Produtos pressupõem alguma, qualquer uma mas alguma, autonomia existencial em relação a seu produtor, o que a mente não tem absolutamente em relação ao cérebro. Nunca é possível extrair a mente do cérebro nem, em momento nenhum ela pode estar num lugar e o cérebro em outro. Produtos são o leite (em relação à vaca), a bile (em relação ao fígado), mas nunca a consciência em relação ao cérebro.

Entendido isso, passamos a investigar como a parte orgânica da sistêmica mental pode ligar-se à parte não-orgânica. Para essas investigações, VARELLA, HEIL e DAVIDSON fornecem argumentações valiosas que se utilizam, em suas bases epistêmicas, da recente produção da ciência cognitiva. Para aprofundá-las, precisaremos de uma incursão por modelos cognitivos mais atualizados.



No entendimento desses filósofos, a mente-cérebro é um tipo poderoso de processador e produtor de informação de três naturezas distintas que podem ser identificadas como lógicas, estéticas e éticas, se nos permitem a redução metodológica. A mente-cérebro trata, organiza, amplifica, extingue, modifica, memoriza etc - as informações que vem do exterior e as já produzidas pelo pensamento em esquemas combinatórios complexos e sistemáticos, linguísticos ou não, mas cada vez mais facilmente memorizados para serem utilizados no futuro, transformando caos informacional em ingrediente potencializador da sobrevivência, da eficiência, do desejo ou da emoção. Essa é a função da mente-cérebro, razão de sua existência. É isso que ela faz, e quer fazer mais e cada vez mais rápido no interesse não só da sobrevivência, mas da mutação e adaptação da espécie. E ela faz isso sem consultar a consciência, pois seus sistemas são equipados para isso.

b) Sobre as contribuições das ciências cognitivas para a compreensão dos argumentos filosóficos

Com o desenvolvimento de tecnologias capazes de examinarem profundamente a atividade cerebral sem procedimentos invasivos ou danos, fortaleceu-se significativamente a área do conhecimento sobre funcionamento mental e sua ligação com pensamentos, emoções e desejos.

Partindo de um ponto de vista comum - de que a cognição que temos é a que, frente às possibilidades de mutação e adaptação do mundo, mostrou-se mais adequada para a evolução, manutenção e aperfeiçoamento da espécie humana neste e em outros mundos – podemos extrair modelos atualizados das atividades mentais em cientistas cognitivos como VARELA (1991), GREENFIELD (2000) e DEL NERO (1997), que auxiliarão na compreensão da base das ideias filosóficas contemporâneas sobre mente e cérebro.

c) Sobre as contradições entre as contribuições acima e o panorama teórico contemporâneo no qual se articulam os profissionais da comunicação

Esse talvez seja o quadro teórico mais difícil de ser delimitado pelo excesso de teorizações que se valem de argumentos conflitantes com os saberes supracitados.

Todas as gerações de frankfurtianos, com destaque para Adorno e Habermas; outros representantes do pensamento alemão, como Sloterdijk. Pensadores franceses do



estruturalismo e do pós-estruturalismo— Foucault, Baudrillard, Debray. Intelectuais de todas as correntes: da teoria crítica, da pós-modernidade, do funcionalismo pragmático.

Pode-se considerar quase que uma unanimidade a ideia do homem contemporâneo vitimado de alguma forma em sua capacidade intelectual pela ação dos meios de comunicação de massa ou do ambiente comunicacional histórico que eles, os mcm, provocam.

Uma trajetória panorâmica das teorias e reflexões sobre comunicação social e, mais especificamente, sobre jornalismo que hoje são valorizadas evidenciará que a maioria tropeça nesse quase-consenso sobre como o receptor, leitor, espectador, internauta, público-alvo ou o que quer que seja está sendo prejudicado pelo ritmo e potência do bombardeio de informações a que é submetido.

d) Adequações e articulações da prática da comunicação profissional - especificamente a do jornalismo - à luz desses novos conhecimentos

De posse dos argumentos filosóficos e científicos a favor de nossa hipótese, e já esclarecidas as contradições que eles suscitam, é hora de focalizar a prática profissional e identificar as zonas de atuação onde essas contradições têm agregado ineficiência à comunicação social.

Esforços dispendidos na crítica a esse estado de embotamento promovido pelas mídias poderão ser poupados ou investidos em pesquisas melhor relacionadas à realidade. No jornalismo, a edição de produtos mais eficientes só pode ser beneficiada pelo entendimento correto das funções e do espaço destinados a tais produtos. O ritmo, principalmente no jornalismo radiofônico, televisivo ou de web, é componente básico da edição e não deve ser subestimado. Da mesma forma a quantidade e a densidade das informações, a disponibilidade audiovisual, a estrutura hipertextual. Para ser eficiente, que opções deve escolher a edição?

Um percurso pelos manuais de redação, de roteirização e de edição deve nos situar sobre o tipo de jornalismo que estamos produzindo. Mas, atualizada nossa compreensão do homem contemporâneo, a reflexão sobre como torná-los mais eficientes ainda está por ser feita e ganha fôlego com essa pesquisa.



3 - Conclusão

Frente a este conhecimento produzido pela ciência cognitiva e epistemologicamente consistente sob a reflexão filosófica, fica a constatação de que não podemos mais utilizar argumentos apoiados nas falácias do embotamento cognitivo nem produzir jornalismo para pessoas esquizofrenizadas pelo ritmo comunicacional. É hora de entender que as reações primárias do homem frente a um mundo de informação contínua estão amadurecendo, de superar temores infundados e nos dedicar a fazer jornalismo para um homem conectado e de cada vez mais acelerados e criteriosos processos mentais.

4- Referências bibliográficas

- BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa, Edições 70, 2005.
- BRONOSKY, Marcelo Engel. *Manuais de redação e jornalistas: estratégias de apropriação*. Ponta Grossa, Editora UEPG, 2010.
- DAVIDSON, Donald. *Inquires into Truth and Interpretation*. Oxford, 2001.
- DEL NERO, Henrique Shutzer. *O Sítio da Mente*. São Paulo, Collegium Cognitio, 1997.
- DENNETT, Daniel. *Consciousness Explained*. London, Penguin Books, 1991.
- _____. *The Intentional Stance*. MIT, 1987.
- FETZER, James. *Filosofia e Ciência Cognitiva*. Bauru, Edusc, 2000.
- GREENFIELD, Susan. *O Cérebro Humano*. Rio de Janeiro, Rocco, 2000.
- GREENSPAN, Staley. *A Evolução da Mente*. Rio de Janeiro, Record, 1999.
- HABERMAS, Jurgen. *O Discurso Filosófico da Modernidade*. Lisboa, Dom Quixote, 1990.
- HEIL, John. *Filosofia da Mente*. Lisboa, Instituto Piaget, 1998.
- LAGO, Cláudia, BENETTI, Márcia. *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis, Vozes, 2007.
- LIPPMANN, Walter. *Opinião Pública*. Petrópolis, Vozes, 2008.
- MATURANA, Humberto. *Cognição, ciência e vida cotidiana*. Belo Horizonte, UFMG, 2001.
- MATURANA, Humberto, VARELA, Francisco. *A Árvore do Conhecimento*. São Paulo, Palas Athena, 2001.



PENA, Felipe. *Teorias do Jornalismo*. São Paulo, Contexto, 2007.

PEREIRA Jr., Luiz Costa. *Guia para Edição Jornalística*. Petrópolis, Vozes, 2009.

SEARLE. *O Mistério da Consciência*. São Paulo, Paz e Terra, 1998.

_____. *Intencionalidade*. São Paulo, Martins Fontes, 2002.

SLOTERDIJK, Peter. *Regras para um Parque Humano*. São Paulo, Estação Liberdade, 2000.

TEIXEIRA, João Fernandes. *Filosofia e Ciência Cognitiva*. Petrópolis, Vozes, 2004.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo, Vol. I e II*. Florianópolis, Insular, 2005.

VARELA, Francisco, THOMPSON, Evan, ROSCH, Eleanor. *A Mente corpórea: ciência cognitiva e experiência humana*. Lisboa, Instituto Piaget, 1991.