TEORIA DA RELEVÂNCIA E IRRELEVÂNCIAS: CULTURA DE MASSA E NAVEGAÇÃO REDUNDANTE

Rodrigo Freitas Caetano de Oliveira (PIBIC/Fundação Araucária/UEPG), Sebastião Lourenço dos Santos (Orientador), dido.freitas@hotmail.com: lorecutp@hotmail.com.

Universidade Estadual de Ponta Grossa/DEEL.

Linguística, Teoria e Análise linguística.

Palavras-chave: Teoria da Relevância, Cultura de massa, Navegação redundante.

Resumo

O presente trabalho visa a analisar e discutir conceitos como mass media ou cultura de massa e navegação redundante e seus processos comunicacionais, presentes em “Apocalípticos e Integrados”, de Umberto Eco (1993), traçando relações com a Teoria da Relevância, de Sperber e Wilson (1986/1995). Pretendemos, dessa forma, discutir e refletir sobre os desafios que estes conceitos podem trazer para esta teoria.

Introdução

A construção deste trabalho inicialmente se prestou a trazer temas – cultura de massa e navegação redundante – que, talvez, ainda não tivessem sido pensados profundamente a partir da Teoria da Relevância (SPERBER; WILSON, 1986/1995; 2001).

Dessa forma, buscamos, a partir dos estudos da Teoria da Relevância (doravante TR), entendendo esta teoria como uma das mais razoáveis ao explicar o processo comunicativo, debater processos de cultura de massa (ECO, 1993; WOLF, s/d; DEFLEUR, BALL-ROKEACH, 1993) e navegação redundante, pensando sobre como esses processos comunicativos se encaixariam nessa teoria.

Aqui, entendemos a cultura de massa (ECO, 1993) como aquela que abarca um número consideravelmente grande de pessoas para repasse de informações. É, por sua vez, a forma de cultura que predomina em ambientes comunicativos. Enquanto que a internet, onde o processo de navegação redundante se realiza, por se tratar de um meio de comunicação muito mais interativo não se enquadra, necessariamente, no conceito de comunicação de massa.

Materiais e Métodos

Para a realização desta pesquisa, utilizamos o método investigativo-bibliográfico, além de ter sido feita uma coleta de dados em forma de questionário anônimo, com seis questões, onde podia ser encontrado questões de múltipla escolha e questões descritivas. A partir desse questionário, obtivemos quarenta e três respostas, que foram utilizadas para demonstrar e traçar algumas relações entre os conceitos dos meios de comunicação social utilizados no nosso debate e a TR

Resultados e Discussão

O conceito dos meios de comunicação de massa, ou ainda mass media, é definido por Umberto Eco (1993), como o meio para a ocorrência de um processo comunicacional que tem por objetivo o alcance das massas. Parece-nos, em algum sentido, haver certa diferença nas relações dos sujeitos com a cultura de massa, ao

entender esse conceito como definido por polos dicotômicos, e com a questão da navegação redundante, ao pensarmos em uma evolução das tecnologias de informação. Pensando nas mídias de massa, como o rádio e a TV, acabamos percebendo uma maior passividade do receptor, enquanto que, ao pensarmos sobre a ideia de navegação redundante, acabamos percebendo uma maior interatividade e uma possibilidade maior de escolha, ou seja, uma menor passividade do receptor.

Ao pensarmos em cultura de massa e em navegação redundante a partir da Teoria da Relevância (1986/1995), os conceitos chave que mais foram postos à prova foram os de custo e benefício. Como afirma Campos (2008):

> A cultura de massa constitui-se num enorme desafio para as idéias [sic.] da TR, à medida que se caracteriza por inúmeras propriedades que contrastam com a idéia [sic.] de baixo custo e alto benefício. A primeira delas é a excepcional repetição de informações que são comuns aos diversos veículos de massa. (p.16)

Ou seja, como o princípio do baixo esforço de processamento e efeito cognitivo positivo se encaixaria no que a cultura de massa e a navegação redundante nos apresentam ao se tratar de uma pasteurização pelo alcance do grande público e repetição de notícias e informações?

Alguns pontos que pudemos levantar, ainda com base em Campos (2008), foram: talvez a ideia de baixo custo seja mais presente na vida cotidiana das pessoas, principalmente em ambientes informais, do que a ideia de alto benefício, o que acaba reafirmando a ideia de nivelamento pela média, da cultura de massa. Nas palavras dele:

> Parece que a noção positiva de relevância, a noção de racionalidade-guia em que o benefício dirige o custo, funciona, primeiramente, quando as pessoas estão envolvidas com a produção profissional, com a objetividade funcional para gerar conhecimento. Tal atividade contrasta com a enorme tendência ao lazer, cujas propriedades são diferentes, dado que o aproveitamento afetivo, emocional, em que o prazer dirige o processo, caracteriza um outro tipo de benefício em que o custo baixo é uma das exigências fundamentais. (CAMPOS, 2008, p.20)

Além disso, trazemos Santos (2017), com a ideia de que a relevância informativa não é a única que se relaciona com o processo comunicacional. Há, para ele, a relevância afetiva envolvida nestas questões. Em seus estudos, ele afirma que "a interface mental contempla dois níveis de interpretação linguística" (s/p), sendo que, enquanto "a relevância afetiva se assenta sobre os pilares básicos das emoções e dos sentimentos humanos, a relevância informativa tem seus pressupostos assentados na racionalidade humana (razão)" (s/p). Nesse sentido, a ideia de custo X benefício do processamento cognitivo não é o único ponto que deve ser levado em consideração.

Agora, para que essa discussão fique um pouco mais explícita, trazemos a análise de dados que se segue, acompanhada desse debate até então realizado, trazendo tabelas para cada uma das perguntas realizadas no questionário, a partir da questão número 3. As duas primeiras questões não estão tabeladas, já que questão número 1 se referia à busca por notícias em diferentes meios de comunicação, com possibilidade de resposta dividida em "sim" e "não", sendo que apenas uma das respostas foi marcada como "não". A questão número 2 era descritiva. Nessa, deveria ser colocado quais eram esses meios de comunicação utilizados para ouvir/ler notícias/reportagens, sendo assim não achamos necessário o uso de tabelas nessas duas primeiras questões. A partir disso, a questão número 3 se referia a ler/ouvir notícia/reportagem sobre o mesmo fato/acontecimento (ver tabela 1).

A questão número 4 se referia ao interesse em buscar pela mesma notícia em meios de comunicação diferentes (ver tabela 2). A questão número 5 também não está em tabelas, pois essa questão se referia à quais redes sociais esses sujeitos utilizavam, servindo como pretexto para a questão número 6 (ver tabela 3), que se referia a navegação redundante.

Tabela 1 -

RESPOSTA	ANÁLISE
SIM (X) "Depende, quando são assuntos que me interessam"	É perceptível a repetição da questão de interesse ao ler/ouvir as mesmas informações ou informações semelhantes. Defendo, dessa forma, que no momento em que a informação nova desencadeia um comportamento afetivo minimizado, o receptor acaba buscando pela mesma notícia/acontecimento indo atrás de uma satisfação de efeito afetivo maximizado, assim como parece ser importante ao analisarmos questões que se relacionam com a ideia de "diferentes perspectivas". Não nos aprofundaremos muito mais aqui acerca da ideia de "diferentes perspectivas", já que esse debate parece ser de outra natureza, que dentro do escopo da teoria da relevância não se encaixaria.
SIM (X) "Como busco informações da internet, se me interessa, busco outros sites confiáveis"	
SIM (X) "Analisar as diferentes perspectivas"	
SIM (X) "Gosto de conhecer vários lados"	

Tabela 2 -

RESPOSTA	ANÁLISE
SIM (X) "Vejo, mais [sic.] não que eu procure, se tiver nas notícias frequentes eu vejo"	Essa resposta nos mostra que, por mais que essa pessoa não procure pela mesma notícia em diferentes meios de comunicação, ela acaba vendo/ouvindo a mesma notícia mais de uma vez, o que, de alguma forma, pode reafirmar a ideia da maior presença do "baixo custo" na vida cotidiana das pessoas (CAMPOS, 2008).
SIM (X) "Para olhar o mesmo assunto sobre outra perspectiva"	Aqui, trazemos à luz da discussão questões como interesse pessoal e posições e visões de mundo como pontos que precisam ser levadas em conta nesse debate, ao estar relacionadas com questões de relevância afetiva.
"Algumas vezes, quando o assunto é do meu interesse"	Aqui, retomamos a ideia de relevância afetiva como parte importante do processo de compreensão das relações entre cultura de massa e navegação redundante com a TR, no que diz respeito à interesse pessoal.

Tabela 3 –

RESPOSTA	ANÁLISE
SIM (X) "Um piloto automático cerebral, talvez falta de ter algo realmente útil para fazer!"	Campos (2008, p. 17) se questiona em um dos seus trabalhos, justamente ao estar falando sobre cultura de massa e navegação redundante e sua relação com a TR, sobre o que poderia levar alguém a fazer algo com pouquíssimo benefício em vez de
SIM (X) "Facebook, na maioria das vezes que estou distraído eu apenas olho as coisas sem atenção ao que está escrito de fato"	
SIM (X) "Facebook. Sempre há informações que não são tão relevantes, ou então, os fatos estão mal explicados, e até mesmo, falsos."	

SIM (X) “Em todas [as redes sociais] já aconteceu isso, porque são tantas coisas em ‘feeds’ o dia todo que a absorção disso se torna difícil.”	algo com um benefício mais alto se não a tendência à acomodação? Retomamos esse questionamento, afirmando que a tendência à acomodação se comprova ao nos depararmos com os dados ao lado.
SIM (X) “Estava no mundo da lua, olhando a rede social somente por costume, um certo automatismo.”	

Conclusões

Neste trabalho, buscamos relacionar os debates acerca de cultura de massa e navegação redundante com o que a Teoria da Relevância pauta acerca de processos comunicacionais. Nos focamos, majoritariamente, em pensar a relação de custo X benefício, uma das bases da TR, pois era o que nos parecia mais bater de frente ao pensarmos os conceitos relacionados aos processos comunicativos que se baseiam na cultura de massa e na navegação redundante.

Aprofundando o debate, trouxemos as contribuições de Costa (2005) e Campos (2008) sobre cultura de massa e navegação redundante e sua relação com a TR, além de trazermos as grandes contribuições de Santos (2017) para repensarmos os critérios de processamento dentro da TR.

A partir da análise dos dados, percebemos que em alguns momentos faz sentido as colocações de Campos (2008) acerca da ideia do baixo custo ser mais presente na vida cotidiana e informal do que a ideia do alto benefício, sempre pensando na cultura de massa e na navegação redundante e sua relação com a TR. Além disso, percebemos que é impossível tratar dessas questões sem as colocações de Santos (2017) acerca da Relevância Afetiva.

Por fim, acabamos percebendo que os debates que cercam a cultura de massa e a navegação redundante podem ser abarcados pelo escopo da TR, principalmente a partir de novas contribuições para a construção dessa teoria.

Agradecimentos

Agradeço, primeiramente, ao Prof. Dr. Sebastião, por permitir que eu construísse esse trabalho ao seu lado. Foi de grande aprendizado e importância em minha formação enquanto um futuro professor e pesquisador.

Agradeço à Fundação Araucária pelo financiamento dessa pesquisa.

Referências

CAMPOS, Jorge; RAUEN, Fábio José. Tópicos em Teoria da Relevância. Porto Alegre: EDIPUCRS. 2008.

COSTA, Jorge Campos da. A Teoria da Relevância e as irrelevâncias da vida cotidiana. In: RAUEN. José Fábio e SILVEIRA. Jane Rita Caetano da. Linguagem em (Dis)curso. Tubarão: Unisul. 2005. v. 5. p. 161-169.

DEFLEUR, Melvin Lawrence; BALL-ROKEACH, Sandra. Teoria da comunicação de massa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1993

ECO, Umberto. Apocalípticos e integrados. São Paulo: Perspectiva, 1993

SPERBER, Dan; WILSON, Deidre. Relevância: comunicação e cognição. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1986/1995.

_____. Relevância: Comunicação e Cognição. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. 2001.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. [S.I.]: Editorial Presença. [s/d].