

As ações comunicacionais decorrem do cognitivo e do emocional

Communicational actions result from the cognitive and emotional

Réplica de Ramon Queiroz Marlet aos comentários de João Damasio da Silva Neto e Pedro Vasconcelos Costa e Silva

Ramon Queiroz Marlet

<https://orcid.org/0000-0002-7867-2232>
ramonmarlet@usp.br

Doutorando e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA/USP (2016); pesquisador do Centro de Comunicação e Ciências Cognitivas da USP (4C-USP); especialista em Gestão de Comunicação e Marketing pela ECA/USP (2012); graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela FAAP (2009). Tem experiência nas áreas de Comunicação e Ciências Cognitivas, atuando principalmente nos seguintes temas: fluxo emocional narrativo, comunicação de risco, psicofisiologia, neurociência do consumo e análise de dados/estatística aplicada à comunicação. Fez estágio de doutorado sanduiche na Indiana University (Institute for Communication Research/Media School), sob orientação do Prof. Dr. Robert F. Potter.

<http://lattes.cnpq.br/0964046085613512>

Primeiramente, gostaria de agradecer pelo instigante relato dos autores João Damásio e Pedro Costa e Silva da Unisinos, os quais forneceram, de maneira muito bem elaborada, caminhos interessantíssimos a ser pensados para o desdobramento da perspectiva cognitiva da comunicação no Brasil. Nesse sentido, opto por adotar uma abordagem mais pessoal na presente réplica a respeito dos principais pontos levantados pelos autores, os quais serão respondidos seguindo a mesma numeração por eles proposta.

1. A perspectiva cognitiva da comunicação, através do provocativo artigo de Lang (2013), convida-nos a refletir sobre a possível existência de um paradigma dominante

na comunicação e como este evoluiu ao longo do tempo. Ao meu ver, tal questionamento é interessante, uma vez que esta perspectiva procura estudar basicamente a relação entre comunicação e comportamento em todas as suas instâncias. Como a própria autora enfatiza, esta linha de pesquisa não oferece uma “resposta paradigmática definitiva” para a comunicação, mas permite sua inserção junto às demais correntes teóricas ao fornecer informações sobre como os indivíduos processam as mensagens midiáticas, principalmente as que estão fora de sua percepção consciente/declarada. Afinal, toda ação comunicacional decorre, obrigatoriamente, do seu processamento cognitivo e emocional. Nesse sentido, acredito que a convivência ressaltada pelos autores do relato se faça presente justamente aqui. Em resposta ao alto custo financeiro de alguns equipamentos utilizados por essa linha de pesquisa, observamos o constante surgimento de alternativas mais viáveis, principalmente as que utilizam *softwares* abertos e gratuitos, a fim de que mais estudiosos possam se aventurar nesta instigante linha de pesquisa.

2. O processamento cognitivo/emocional ocorre sempre no nível individual e, por este motivo, difere de pessoa para pessoa. Uma interessante e proeminente teoria que ajuda a explicar esse fenômeno é a Teoria das Emoções Construídas (Barrett, 2017). De acordo com ela, quando interagimos com o mundo, usamos nossas experiências passadas para direcionar ações do presente, e esse processo fornece sentido à situação em questão. Como as experiências são únicas, suas formas de entendimento também são. Entretanto, como o ser humano vive em sociedade, é justamente nessa interação com os outros que, ao meu ver, evidencia-se o caráter social

da perspectiva cognitiva da comunicação. Assim, o social seria a junção de inúmeros processamentos individuais.

3. A principal corrente teórica que sustenta a perspectiva cognitiva da comunicação é o LC4MP, ou Modelo de Capacidade Limitada do Processamento de Mensagens Mediadas Motivadas (Lang, 2006, 2000). Tal teoria diz respeito às limitações cognitivas do ser humano enquanto ser consumidor da comunicação, como destacado através de suas cinco pressuposições principais (item 3 do artigo de minha autoria). Nesse sentido, o LC4MP integra uma explicação *a priori* dos processos comunicacionais relativos ao caráter individual do receptor no processamento das mensagens. Aqui vale ressaltar que isso é apenas uma parte explicativa da complexa relação deste com o emissor da mensagem, e deste com outros indivíduos. Como o comportamento decorre do processamento, pode-se dizer que as informações fornecidas dizem respeito a estágios mais iniciais da comunicação. Destaco ainda que o LC4MP foi recentemente revisto e expandido, através de duas interessantíssimas publicações para quem mais se interessar pelo assunto (Fisher *et al.*, 2018a; 2018b).

4) O Centro de Comunicação e Ciências Cognitivas da ECA/USP atua na intersecção entre essas duas áreas do conhecimento, objetivando investigar como ocorre o processamento cognitivo e emocional de diversos tipos de mensagens midiáticas. Até o presente momento, tais iniciativas se concentraram mais nas manifestações da propaganda, onde foram desenvolvidos, por exemplo, projetos relacionados às questões de gênero, comunicação de risco, *design* de embalagens, entre outros. As metodologias mais utilizadas foram o *eye tracker*, ferramenta que rastreia o movimento ocular dos participantes, sendo um indicativo confiável de atenção visual, e também a condutância da pele, ferramenta que capta os sinais relativos à intensidade da resposta emocional provocada pelo processamento do estímulo em questão. No presente momento, estudamos a implementação de mais duas medidas fisiológicas, e também iniciamos a construção do *site* do laboratório, que em breve estará no ar. Também temos uma página no Facebook, atualizada constantemente sobre nossas atividades: <https://pt-br.facebook.com/lab4c/>

5. A relação entre comunicação e atenção se dá no nível do processamento das mensagens. Talvez o melhor exemplo que ilustre isso seja o próprio LC4MP, modelo criado justamente para esse entendimento. Em linhas gerais, partindo da cognição, a atenção se caracteriza como um dos estágios iniciais do processamento, e dela decorre todo o processo de alocação de recursos dos indivíduos

(destacados no item 3 do artigo de minha autoria). Do mesmo modo, partindo da comunicação, suas características estruturais (sons, movimentos, cores, formatos, etc.) se tornam os grandes chamarizes para captar a atenção dos indivíduos e iniciar o seu processamento cognitivo/emocional. A perspectiva cognitiva da comunicação se mostra interessante principalmente nesse sentido: considera aspectos tanto do indivíduo (comportamento) quanto das mensagens (comunicação) para entender essa interação.

6. Um dos pontos mais interessantes da perspectiva cognitiva da comunicação é a possibilidade do diálogo com outras correntes teóricas. Como apontam os autores do relato, a mediação é uma delas. Nesse sentido, a forma como a mídia perpassa o tecido social e se instaura no âmbito individual faz com que os seus estímulos comunicacionais sejam processados constantemente. Ao meu ver, uma teoria que ajuda a explicar, ao menos em parte, essa relação é a de vida midiática (Deuze, 2014). De acordo com tal proposta, a mídia é tão onipresente no cotidiano que a vida passa a acontecer *nela*, e não *com* ela. Assim, se “tudo” é mídia, então o processamento da comunicação é parte inerente e constitutiva da interação social, como apontado anteriormente, sendo este um frutífero debate futuro.

Referências

- BARRETT, L.F. 2017. *How Emotions Are Made: The Secret Life of the Brain*. New York, Houghton Mifflin Harcourt.
- DEUZE, M. 2014. Media Life and the Mediatization of the Life-world. In: *Mediatized Worlds*. London, Palgrave Macmillan, p. 207-220.
- FISHER, Jacob T. *et al.* 2018a. The Limited Capacity Model of Motivated Mediated Message Processing: Taking Stock of the Past. *Annals of the International Communication Association*, **42**(4):270-290.
- FISHER, Jacob T. *et al.* 2018b. The Limited Capacity Model of Motivated Mediated Message Processing: Looking to the Future. *Annals of the International Communication Association*, **42**(4):291-315.
- LANG, A. 2013. Discipline in Crisis? The Shifting Paradigm of Mass Communication Research. *Communication Theory*, **23**(1):10-24.
- LANG, A. 2006. Using the Limited Capacity Model of Motivated Mediated Message Processing to Design Effective Cancer Communication Messages. *Journal of Communication*, **56**(1):57-80.
- LANG, A. 2000. The Limited Capacity Model of Mediated Message Processing. *Journal of Communication*, **50**(1):46-70.