



## CONTRIBUIÇÃO À CRÍTICA DA NOÇÃO DE COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO<sup>1</sup>

Rodrigo Moreno MARQUES<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> GT7 - Estudos Críticos em Ciência da Informação

<sup>2</sup> Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, rodrigomorenomarques@yahoo.com.br.

### RESUMO

Uma das alternativas que têm sido apresentadas para enfrentar o fenômeno contemporâneo da desinformação baseia-se em uma limitada concepção individualista: as pessoas deveriam desenvolver habilidades para detectar conteúdos desinformativos. Assim, alega-se que a solução para o problema da desinformação estaria no desenvolvimento, por parte do indivíduo, da sua competência em informação ou competência informacional.

O presente trabalho objetiva analisar os limites que impedem que esse tipo de solução reduza de maneira efetiva a circulação de desinformações. Para atingir esse objetivo, serão empregados alguns princípios a obra de Marx e de outros autores marxistas visando a construção de uma crítica da noção de competência em informação.

Segundo essa perspectiva crítica, crer que o desenvolvimento de habilidades cognitivas individuais é a chave para superar o fenômeno da desinformação representa um equívoco idealista. Trata-se de um desacerto análogo a ilusão dos iluministas que supunham que a racionalidade humana poderia, por si só, conduzir a sociedade para um futuro virtuoso. Em direção oposta, Marx (2003, p. 5) afirma que “Não é a consciência dos homens que determina o seu ser; é o seu ser social que, inversamente, determina a sua consciência”. Nas reflexões dos jovens Marx e Engels (2007, p. 47) já se encontra o germe dessa compreensão: “As ideias da classe dominante são, em cada época, as ideias dominantes, isto é, a classe que é a força material dominante da sociedade é, ao mesmo tempo, a sua força espiritual dominante”. Essas passagens expõem uma dura realidade: educação e instrução assumem formas específicas em cada momento histórico e, no capitalismo, as chamadas luzes assumem formas subordinadas à sociabilidade do capital.

Percebe-se, portanto, que o fenômeno contemporâneo da desinformação não está apenas no plano individual, mas sobretudo nas esferas institucionais e estruturais.

Parafraseando Silvio Almeida, podemos afirmar que o fenômeno da desinformação tem um caráter institucional pois é “resultado do funcionamento das instituições” (2019, p. 37). As instituições privadas, detentoras dos meios de comunicação de massa tradicionais e das plataformas digitais, reproduzem um modelo de negócios que é responsável pela manutenção desse cenário de pós-verdade em que vivemos. Desinformações alimentam uma lucrativa indústria que se vale da disputa pela atenção. Como é notório desde os tabloides sensacionalistas do século XIX, são iscas para atrair audiência: fofocas, escândalos, violência, notícias estapafúrdias e mentiras. Empresas de rádio e TV sempre lucraram com esse tipo de conteúdo.

Como as instituições representam a materialização de uma estrutura social ou de um modo de socialização (ALMEIDA, 2019), o fenômeno da desinformação é, além de individual e institucional, um problema de ordem estrutural. A desinformação não é apenas algo criado por instituições, mas é sobretudo algo reproduzido por elas. A desinformação decorre da própria estrutura social em que vivemos, incluindo relações políticas, econômicas, jurídicas e familiares.

Uma famosa passagem das *Teses sobre Feuerbach* deveria nos servir de guia: “A doutrina materialista sobre a modificação das circunstâncias e da educação esquece que as circunstâncias são modificadas pelos homens e que o próprio educador tem que ser educado” (MARX, 2007, p. 533).

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ALMEIDA, Silvio. **Racismo estrutural**. São Paulo: Jandaíra. 2019.

MARX, Karl. **Contribuição à crítica da Economia Política**. São Paulo: Martins Fontes. 2003.

MARX, Karl. Teses sobre Feuerach. In: MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã**. São Paulo: Boitempo. 2007

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. São Paulo: Boitempo. 2007