

Ambivalências da sociedade da informação

Pedro Demo

<http://lattes.cnpq.br/1988962364420428>

Publicado em: Ciência da Informação, v. 29 n.2 maio/ago. 2000

Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/885>

RESUMO

O texto discute a possibilidade da desinformação em processos informativos como componente intrínseco da comunicação humana. Em parte é fenômeno normal, por conta de dupla seletividade: nosso aparato perceptor capta o que lhe é viável captar, e cada sujeito capta de acordo com seus interesses. O problema está sobretudo na manipulação excessiva da informação, provocando efeitos imbecilizantes mais ou menos ostensivos. É o caso do *advertising* que pretende causar um tipo de influência imperceptível muito efetiva, porque se apóia em estratégias refinadas de conhecimento especializado. É fundamental preservar o ambiente crítico e autocrítico para poder reduzir e controlar a informação.

Palavras-chave: Sociedade da informação. Sociedade do conhecimento. Globalização. Manipulação da informação. Economia da informação.

Ambivalence of the information society

ABSTRACT

This text argues the possibility of misinformation in informative processes as an intrinsic component of the human communication. Partially it is a normal phenomenon due to double selectivity: our perceptive apparatus picks up what is viable to perceive, and each subject picks up according to his own interests. The problems lies mainly in the excessive manipulation of information, implying more or less ostensive stultifying effects. It is the case of advertising that pretends to produce a type of very effective non perceived influence, since it is based in refined strategies of expert knowledge. It is fundamental to preserve the critical and self-critical environment to enable reduction and control information.

Keywords: Information society. Knowledge society. Globalization. Information manipulation. Information economy.

Ambivalencia de la sociedad de la información

RESUMEN

Este texto argumenta la posibilidad de la desinformación en procesos informativos como un componente intrínseco de la comunicación humana. Parcialmente, es un fenómeno normal debido a la doble selectividad: nuestro aparato perceptivo recoge lo que es viable para percibir, y cada sujeto recoge según sus propios intereses. El problema radica principalmente en la excesiva manipulación de la información, lo que implica efectos embrutecedore más o menos ostensivos. Es el caso de la publicidad que pretende producir un tipo de influencia no percibida muy efectiva, ya que se basa en estrategias refinadas de conocimiento experto. Es fundamental preservar el entorno crítico y autocrítico para poder reducir y controlar la información.

Palabras clave: sociedad de la información. Sociedad del conocimiento. Globalización Manipulación de la información. Economía de la información.