

CONHECIMENTO E INFORMAÇÃO

João Manuel Gaspar Caraça (*)

I

Conhecimento e informação são palavras que têm tido um uso tão extensivo, variado e por vezes descuidado que se torna difícil manejá-las no âmbito da elaboração de uma teoria que permita, entre outros desenvolvimentos, determinar o valor económico de uma «informação».

Torna-se necessário definir com o mesmo rigor e uniformidade que para os conceitos da «massa», «energia», «temperatura», etc., o(s) conceito(s) de «conhecimento» e/ou «informação».

Deste modo, um grupo de pessoas de variada formação e experiência profissional tem reunido desde 1992 tendo por tema central o debate do tema «informação». Destas reuniões, resultou:

- a) A reunião de um conjunto de «textos» já publicados, quer pelos membros do grupo ou por outros, sobre este tema ou temas afins;
- b) A criação de alguns «textos» *ad hoc*, ainda não publicados, onde se procura dar uma certa forma ao conceito de «informação» e outros que lhe são conexos;
- c) A necessidade de alargar consideravelmente o grupo inicial para obter a contribuição de mais especialistas e de outros domínios do conhecimento.

Em Julho de 1993, reconhecendo que o interesse de uma teoria cresce com a extensão e a diversidade do domínio da sua aplicação, o grupo verificou que era essencial agregar outros especialistas dominando conhecimentos diversos mas preocupados com problemas ligados ao conceito de «informação».

São objectivos genéricos a atingir com este procedimento:

- 1) Adoptar uma linguagem onde as «palavras» correspondem a conceitos e interpretações homólogas nos vários dialectos científicos. Estas «palavras» seriam consideradas «reservadas» na linguagem adoptada;
- 2) Adoptar um «modelo semântico» de partida para descrever o «real», a ser desenvolvido e corrigido procurando que, ao longo do processo, não só o modelo satisfaça os intérpretes das várias áreas do conhecimento mas também que a imagem formal do «modelo» vá tendo a aprovação dos formalistas;
- 3) Promover reuniões de debate e/ou discussão de «textos» criados *ad hoc*.

(*) Fundação Calouste Gulbenkian — Director do Serviço de Ciência.
ISEG — Professor Catedrático Convidado.

O texto que a seguir se apresenta resulta da revisão de um dos documentos preparados para discussão (o n.º 43) no seio do grupo.

II

A representação da realidade, por um indivíduo, consiste num repositório de *relações* entre sujeitos (expressas nomeadamente sob a forma de frases, eventualmente decomponíveis em conjuntos de frases mais simples) a que esse indivíduo atribui *significados*. Significado, nesta acepção, é o «descritor» da «actividade» (ou do comportamento) do próprio indivíduo associada ao reconhecimento de cada relação — quer dizer, os «nomes» das relações correspondem aos verbos das respectivas frases.

O conjunto de relações deste tipo que um indivíduo utiliza para representar a realidade pode então designar-se por *conhecimento*.

O conhecimento sobre a realidade material, isto é, sobre o tipo de actividade que se designa por *ação*, tem sido até ao presente objecto de uma formalização mais rigorosa. A introdução do conceito de *energia* representou um inegável avanço na compreensão das relações entre corpos no espaço e no tempo.

O conhecimento sobre o tipo de actividade mental, imaterial, sobre a *comunicação*, precisa pois de sofrer semelhante metamorfose.

Chamemos, para começar, à actividade de comunicar a *actividade de propôr e reconhecer relações entre sujeitos* (ou seja, de estabelecer relações entre pares de acontecimentos). Numa comunicação essas relações ou já existem previamente na mente do receptor e são reconhecidas, «relembrando-lhe» o seu significado, ou não, originando-se um processo de verificação que levará eventualmente à atribuição de um novo significado.

Comunicar é assim um processo em que é «copiado» na mente do receptor um estado cujo «descritor» emula o significado de uma relação existente na mente do emissor. Por isso, ao efectuar-se, a comunicação pressupõe a existência de um «referencial» comum.

Deste modo se compreende como o processo criativo, baseado na comunicação no seio da própria mente, levando — a partir do conhecimento existente — à proposta de novas relações, eventualmente capazes de serem traduzidas por novos significados, pode ser fortemente acelerado a partir da assimilação das propostas de relações originadas por outras mentes (por imitação) através da generalização e «socialização» do processo de comunicação.

O que se comunica é, portanto, sempre, conhecimento. Conhecimento sob a forma de relações (significados) ou sobre sujeitos (que são sempre, em última análise, redutíveis a relações de definição e, portanto, também, a significados).

É evidente que se a relação comunicada por um outro indivíduo já existir no repositório do receptor o conhecimento próprio deste não aumenta; igualmente, o conhecimento comunicado pode ser apenas referente a sujeitos (a pares de acontecimentos) que obedecem a uma determinada relação «bem conhecida» (um significado «comum») e ter uma utilidade pequena. Mas isto não retira ao *conhecimento* comunicado o carácter de *conhecimento*, transformando-o magicamente em «informação» ou em «dados».

III

Torna-se, pois, necessário redefinir no vocabulário a palavra «informação», que se apresenta neste perspectiva como equivalente a «conhecimento comunicado», ou seja, a «conhecimento posto em comum», partilhado.

Comunicar, enquanto actividade imaterial, precisa, no entanto, de um suporte material, isto é corporal (não há «comunicação pura»). É essa componente no domínio da acção (a parte activa, física) que tem sido até agora objecto das «teorias da informação». Evidentemente, os limites físicos encontrados — e que condicionam o processo de comunicação — são importantes factores conformantes de toda esta actividade. O suporte material da comunicação não é irrelevante. Mas não se pode confundir o aspecto material com o essencial da actividade de comunicação: o trazer à mente, o pôr em comum significados, quer dizer, nomes de relações.

Concretamente, a comunicação ocupa *tempo* (porque necessita de um suporte no domínio da acção — e consome energia), e o *valor* da comunicação, do conhecimento comunicado, é apenas baseado numa *antecipação* dos efeitos das *acções* favoráveis passíveis de executar pelos indivíduos/corpos materiais associados a essa comunicação. Daí as barreiras ao processo de comunicação: se a capacidade do receptor não lhe permitir verificar a adequação (ou robustez) dos significados comunicados ou mesmo atribuir-lhes outros, o seu conhecimento não «aumenta» e o valor da comunicação é nulo (ou melhor, é negativo, pois o tempo ocupado pela comunicação — neste caso, tempo perdido — poderia ter sido utilizado para executar outra actividade eventualmente com resultados favoráveis).

IV

Nestes termos, a comunicação pode ser encarada sob a perspectiva quer da «produção» de conhecimento novo, que se traduz pela análise dos regimes de comunicação, quer da «partilha» de conhecimentos, o que leva à definição de estádios na comunicação.

Trata-se de pontos claramente em aberto.

Por outro lado, interessa também estudar o problema do «conhecimento colectivo» ou conhecimento do «grupo» (de uma nação ou de uma instituição) e o do conhecimento generalizado ou «socializado». Evidentemente, o conhecimento colectivo não é um múltiplo do conhecimento individual; além disso, existem significados apenas «verificáveis» em termos de uma percepção do colectivo, do grupo respectivo. Aqui se situam claramente outros pontos em aberto.

