
Deterioração cognitiva e o consumo excessivo de conteúdos superficiais: uma análise marxista sobre as possíveis causas do “efeito Flynn” reverso¹

Iraí Mendes de Souza Filho²

Emerson Campos Gonçalves³

Universidade Federal do Espírito Santo – Ufes

Faculdade de Música do Espírito Santo – Fames

Resumo

Este artigo analisa os impactos do consumo excessivo de conteúdos digitais superficiais na deterioração cognitiva, destacando o “efeito Flynn reverso”, que indica queda no QI médio das novas gerações. Examina como as redes sociais digitais exploram algoritmos para moldar comportamentos e reforçar discursos ideológicos dominantes. Fundamentado em teorias marxistas e gramscianas, investiga a construção do senso comum e a hegemonia digital. A metodologia envolve a revisão bibliográfica e a discussão teórico-crítica de autores que se debruçaram sobre o tema a partir da aproximação com os dados estatísticos. Os resultados indicam crescente alienação social e cognitiva, ressaltando a necessidade de políticas regulatórias e iniciativas educacionais para mitigar os efeitos negativos da dependência digital.

Palavras-chave: redes sociais digitais; manipulação; desinformação; ideologia.

1. Introdução

Desde os primórdios, a humanidade prosperou ao aprender a viver em grupos. O instinto de sobrevivência nos ensinou a nos relacionar e ajudar mutuamente, tornando as relações sociais essenciais para enfrentar desafios e prosperar. Apesar da natureza competitiva, a cooperação em grupo sempre se mostrou mais eficaz, sendo a comunicação uma das habilidades mais importantes desenvolvidas.

Com um cérebro social, acumulamos e transmitimos conhecimento entre gerações, o que impulsionou a inteligência humana, como demonstrado pelo “efeito Flynn⁴”. No entanto, pesquisas recentes na Noruega, Dinamarca e França mostram uma

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologia e Culturas Digitais, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pós-Graduando (com bolsa CNPQ) do Curso de Mestrado em Comunicação e Territorialidades (PósCom) da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Pesquisador no LPC CulTE/Fames. E-mail: irai.souza@edu.ufes.br

³ Professor orientador e líder do LPC CulTE/Fames. Pós-Doutor em Letras (PPGL/Ufes), Doutor em Educação (PPGE/Ufes) e Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo (PUC Minas). Professor Permanente no PósCom/Ufes e Professor Titular na Fames. E-mail: emerson.goncalves@fames.es.gov.br

queda no QI médio das novas gerações, fenômeno chamado de “efeito Flynn reverso”.

Este artigo, fundamentado na análise de textos que se propuseram a debater o cenário hodierno e orientado por teóricos clássicos do marxismo, tem como objetivo investigar os impactos do uso excessivo de plataformas digitais de redes sociais informacionais em diversas esferas. Primeiramente, discute-se o declínio cognitivo, evidenciando alterações no comportamento e nos processos de elaboração do pensamento dos indivíduos na contemporaneidade. Para entender essa condição, analisa-se até que ponto essas plataformas têm contribuído para mudanças significativas na estrutura econômica, concentrando riquezas em poucas empresas multinacionais. No âmbito político, verifica-se como o ressurgimento de movimentos de extrema direita fascista, impulsionados pela disseminação de desinformação, colaboram com tal declínio. Por fim, em termos sociais, destaca-se a intensificação da polarização ideológica, que promove uma alienação global, fragmentando a convivência e o diálogo entre diferentes grupos. Esses fenômenos apontam para a necessidade de um debate aprofundado sobre as consequências do uso dessas tecnologias no cenário contemporâneo, como buscamos discutir neste trabalho, de cunho teórico-crítico.

2. Deterioração cognitiva e o papel das redes sociais digitais

A deterioração cognitiva causada por consumo excessivo de conteúdos superficiais e pouco estimulantes, chamada de *brain rot* (em tradução livre, cérebro podre), é marcada pela dinâmica de alienação profunda e por uma reprodução acrítica de valores e comportamentos impostos por sistemas ideológicos dominantes. O termo sugere que as pessoas estão presas em um ciclo irresistível e autorreferente, onde a repetição e a imitação consolidam a dependência, a ignorância e a submissão. Isso porque o excesso de uso das telas causa uma sobrecarga de informações cujo resultado é a “podridão cerebral”, que pode ter efeitos de longo alcance na nossa saúde mental.

A hipótese debatida neste trabalho é de que a causa para termos “involuído” cognitivamente pode estar no uso excessivo da tecnologia, como assistir a vídeos no YouTube e TikTok, rolar mídias sociais ou alternar entre várias guias do navegador. O volume, o formato e a baixa qualidade do conteúdo consumido online, especialmente nas

⁴ “Efeito Flynn” é a designação dada para os ganhos verificados nas medidas de inteligência (QI) ao longo do tempo (Schelini, Almeida e Plini, 2013).

plataformas digitais que exploram nossos instintos sociais inatos, como a necessidade de pertencimento, prejudicam a nossa capacidade de pensar, memorizar, aprender, concentrar-se e até mesmo nos relacionar.

Em *A máquina do caos*, Max Fisher (2023) expõe como as plataformas digitais contribuem para a regressão da inteligência e das habilidades sociais: apesar de 2/3 dos norte-americanos desconfiarem dessas empresas, pouco é feito para regulá-las ou puni-las por práticas enganosas. Fisher (2023) destaca que os algoritmos das redes sociais digitais captam preconceitos racistas inconscientes, manipulando emoções e comportamentos globalmente.

Estudos com usuários da Geração Z (1997-2012) e Alfa (2013 em diante) revelam que muitos reconhecem os danos causados pelas redes sociais digitais, descrevendo-as como "tóxicas" ou "vício químico". Ainda assim, 1/3 dos adolescentes americanos usa essas plataformas "quase o tempo todo". Entre 2010 e 2019, encontros presenciais caíram para 25%, enquanto a solidão, ansiedade e depressão dobraram. (Fisher, 2023).

3. Hegemonia digital e algoritmos

Jurno (2021) define as plataformas digitais como aparatos ideológicos capitalistas do Vale do Silício que, ao coletar dados dos usuários, lucram bilhões de dólares vendendo informações a anunciantes. Os algoritmos monitoram atividades online, cruzam dados e criam perfis de usuários “semelhantes” para prever necessidades e desejos, mantendo-os conectados por mais tempo.

Jurno (2021) aponta que as plataformas digitais moldam interesses e emoções, penetram amplamente no cotidiano e nas atividades rotineiras e usam padrões de comportamento baseados em medos, fragilidades e inseguranças para prever ações através de predição lógica. Os algoritmos, segundo ela, são “aparatos ideológicos”, estruturas que moldam ações ao dar visibilidade apenas ao que favorece os interesses de quem os controla. Eles otimizam estratégias codificadas, direcionam tráfego, segmentam anúncios para maior conversão, moldam comportamentos aos padrões estabelecidos de usuários “semelhantes” e fazem previsões com base em padrões de “usuários datificados”.

Para entender a influência das redes sociais digitais, é necessário compreender como o ‘senso comum’ molda opiniões e visões de mundo. Gramsci (1999) propõe o conceito de “o homem do povo”, aquele cercado de opiniões, convicções e normas de

conduta compartilhadas pelo grupo social ao qual pertence. Essas crenças irracionais e elementares de fé encontram terreno fértil nas redes sociais digitais, que amplificam movimentos de extrema direita, trazendo à tona valores como nacionalismo e autoritarismo, que ameaçam não apenas o pensamento lógico e científico, mas também a democracia.

No que se refere à comunicação, vemos o crescimento de uma verdadeira indústria da desinformação amparada pelas plataformas digitais, como relata Guimarães (2023). Indivíduos e grupos crescentes da sociedade têm pautado seu comportamento e atuação ideológica e política a partir de informações, teorias e interpretações irreais e ilógicas. Esse conjunto de fenômenos pode ser analisado por um conceito largamente utilizado nos meios de comunicação de massa: manipulação.

Mas o que leva a sociedade a aderir a tais práticas da indústria política da desinformação mediada pelas redes sociais digitais? Alguns conceitos da tradição marxista podem ajudar nesse debate, “em especial, a discussão gramsciana sobre senso comum e hegemonia, e o conceito de ideologia desenvolvido por Marx e Engels, principalmente na *‘Ideologia Alemã’* (Guimarães, 2023).”

A partir do campo da Economia Política da Comunicação e do modelo de negócios das plataformas digitais, temos uma base concreta de pesquisa sobre desinformação e ‘pós-verdade’, como explicam Bolaño *et al.*: “Do ponto de vista econômico, as plataformas digitais de conteúdo são agentes chave para a realização das mercadorias por meio de publicidade direcionada.” (Bolaño *et al.*, 2022, p. 13 apud Guimarães, 2023). Através desse meio, acumulam capital como nunca antes presenciado no sistema capitalista, com as empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (TICs) figurando entre as mais valiosas do mundo em 2024⁵.

“Do ponto de vista político, as plataformas digitais se tornaram um espaço privilegiado de produção e circulação de mensagens, portanto de disputa ideológica, influenciando sobremaneira os processos políticos e pleitos eleitorais.” (Bolaño *et al.*, 2022, p. 13) [...] “Esses agentes se tornaram a principal porta de entrada e regulador das experiências conectadas dos cidadãos, promovendo valores e posturas individualistas e de aprofundamento da subjetividade neoliberal.” (Bolaño *et al.*, 2022, p. 13).

⁵ A Alphabet Inc., controladora do Google e YouTube, possui um valor de mercado de US\$ 2,106 trilhões, ocupando o quinto lugar no ranking global de “market cap”. A Meta Platforms, Inc., responsável por Facebook, Instagram, Threads e WhatsApp, aparece em sétimo, avaliada em US\$ 1,549 trilhões. Notavelmente, 97,8% da receita da Meta vem da publicidade, segundo dados do “br.investing.com”.

(Fraser, 2020, Brown, 2019, Moretzsohn, 2022 apud Guimarães, 2023) se aproximam na teorização sobre a doutrina econômica hegemônica dos últimos 40 anos: o neoliberalismo, doutrina que desagrega socialmente e ajuda a explicar a crescente relação fragmentada, relativista e individualizante da verdade, da informação e do conhecimento, e sua apropriação por segmentos da extrema direita no mundo todo.

4. Desinformação e pós-verdade

A desinformação e a ‘pós-verdade’ são cenários contemporâneos, pano de fundo para a deterioração mental cognitiva causada pelo consumo excessivo de conteúdos superficiais e/ou pouco estimulantes. Esse é o cenário da comunicação atual, onde as chamadas *big techs* dominam com o uso estratégico de “mentiras intencionais” que simulam o formato de notícias jornalísticas, produzidas de forma “profissionalizada” e disseminadas de modo focalizado nas redes sociais digitais. Esse fenômeno é parte de um movimento maior que envolve a crise de credibilidade das instituições, o crescimento do negacionismo científico e a desacreditação das instituições democráticas pela extrema direita. A verdade passa a ser nada mais do que a dimensão da “experiência pessoal e imediata” das crenças, onde a *Doxa* supera a razão (Loureiro, Gonçalves, 2021).,

“Diferentes realidades parecem proliferar em um contexto de desorganização epistêmica profunda, na qual a comunidade científica e o sistema de peritos, de modo mais amplo, deixam de gozar da confiança social e da credibilidade que antes detinham” (Cesarino, 2021, p. 77-78).

O senso comum é o que se conhece e no que se acredita. Segundo Gramsci (1999), o senso comum é a “concepção de mundo absorvida acriticamente pelos vários ambientes sociais e culturais nos quais se desenvolve a individualidade moral do homem médio.” (GRAMSCI, 1999, p. 114). Diferente do que pressupõe a lógica, não pressupõe coerência entre pensamento e ação e se caracteriza pela convivência de concepções divergentes e contraditórias.

Como se forma o senso comum? O ambiente social é o solo fértil onde ele se forma, através de informações, conhecimentos, opiniões e concepções de mundo que são postas e compartilhadas. Ele varia de acordo com o local/território e o momento histórico,

mas com a globalização e o domínio das plataformas sociais de mídia, há uma tendência de formação de senso comum global polarizado, tendo de um lado a extrema direita e do outro os que ainda lutam contra o domínio neocapitalista e muitas vezes fascista.

As plataformas de redes sociais digitais exercem sua influência oferecendo mais daquilo que buscamos e acreditamos, reforçando nossas convicções de acordo com nossos interesses e gostos, tudo isso envolvido numa embalagem pronta para consumo, propriamente dita. Afinal, as redes têm que lucrar com a venda de propaganda. Essa construção social coletiva do senso comum se dá pelo compartilhamento de aspectos de valor, como moralidade e imoralidade, tradição e mudança, esquerda e direita, estado e mercado, direito e meritocracia, segundo discute Guimarães (2023).

Mas de onde vêm as referências que formam o senso comum? Dos “Aparelhos Privados de Hegemonia”, como família, escola, religião, dos especialistas (informações científicas), dos conteúdos jornalísticos que lemos ou vemos na TV, e das redes sociais digitais como Facebook, Instagram, TikTok e YouTube. Gramsci (1999) nos ajuda a entender que esses discursos se reproduzem a partir de instituições ou organizações que atravessam a nossa vida cotidiana, profissional, social e política. Seja produzindo conhecimento, fornecendo informações, construindo agrupamentos de sociabilidade, organizando a fé, orientando a espiritualidade e a moralidade ou fazendo a luta política mais direta, esses aparelhos são, segundo Gramsci (1999), parte de uma disputa permanente pela “hegemonia” numa dada sociedade. Como explica Guimarães (2023), as ideias não flutuam no vazio; são as relações sociais, concretas e historicamente determinadas, que condicionam a consciência dos seres humanos (seu conhecimento, suas concepções de mundo etc.) e não o contrário.

A ideologia e o senso comum na perpetuação do processo hegemônico capitalista são expressões dos segmentos da classe dominante que disputam o poder. É nesse sentido que partidos e instituições políticas de extrema direita, associados a grupos religiosos, sustentam a total liberdade de ação das *big techs*, que dominam as redes sociais digitais.

O desafio, segundo Guimarães (2023), é agir criticamente em um ambiente dominado pela fragmentação e pela dúvida. A disputa contra a desinformação exige um enfrentamento das relações sociais e do sistema comunicacional que sustenta a hegemonia capitalista.

Segundo Hirst (2021) os aparelhos privados de hegemonia ajudam a revelar a dinâmica da desinformação. A natureza ideológica das notícias confere legitimidade às

notícias falsas, por seguirem narrativas amplamente aceitas. Na economia, por exemplo, o capitalismo é tratado como ordem natural, sustentando ideias como: investimentos e capital são sempre positivos, salários são justos, o mercado é imparcial, o consumidor é soberano, temos liberdade de escolha (livre-arbítrio), empreendedorismo é bom, concorrências são leais e a riqueza resulta de mérito individual, produto da inteligência e do trabalho árduo (e não da apropriação do trabalho de outra pessoa), ignorando conceitos marxistas como alienação, exploração e fetichismo da mercadoria. Assim, o jornalismo econômico tradicional reforça uma visão ideologicamente distorcida.

Dentro desse cenário, temos a ação arquitetada, planejada, financiada e executada por grupos políticos de extrema direita que impulsionam notícias falsas, utilizando vastos recursos para propagar deliberadamente “fake news”, com produção em massa e em escala industrial, sob a complacência da mídia dominante (conglomerados de mídias digitais), com terceirização a baixo custo, escondidos pelas VPNs. A própria publicidade é desinformação. Ela promete preencher o vazio psicológico por meio do prazer e da validação social obtidos através do consumo de bens materiais.

Sylvia Moretzsohn e Marco Schneider (2022), definem ignorância como mais do que ausência de informação ou falta de conhecimento. Ela representa um conhecimento precário, moldado pela circulação de informações desqualificadas por interesses políticos e econômicos. Embora não seja um fenômeno recente, a revolução midiática promovida pela internet móvel e acessível, somada ao domínio das *big techs*, trouxe velocidade instantânea, alcance global e precisão algorítmica sem precedentes.

Segundo os autores, as ITCs (Indústrias da Tecnologia e Comunicação) funcionam como um instrumento que coloca “flores nos grilhões”, fazendo com que a sociedade aceite passivamente a realidade, sem questioná-la.

Assim, as redes sociais digitais tornaram-se a principal voz do capitalismo financeiro globalizado, apresentando-se como ferramentas de conexão, diversão e felicidade cotidiana. Os autores sugerem enfrentar esse problema com uma crítica prática aos mecanismos de produção ideológica, trabalhando com afetos para promover a consciência e transformar a realidade.

Ao proporem a captura do gosto dos afetos para desmontar as engrenagens da ignorância social, é essencial entender como esse gosto se forma. Ele reflete o valor de uso dos bens materiais e simbólicos (ideologias). Assim, é necessário promover o gosto

pela informação confiável, evitando julgamentos baseados em aparências e rejeitando automaticamente ideias contrárias às nossas crenças, priorizando reações racionais.

Sob a perspectiva de alienação e mais-valia ideológica nos circuitos de afetos, o gosto corresponde ao senso comum. Portanto, o trabalho divide-se em duas frentes: desenvolver uma consciência crítica na sociedade e modificar os dispositivos sociotécnicos das redes sociais digitais, que utilizam algoritmos e robôs para criar bolhas autorreferentes e capturar a atenção dos usuários.

A indústria cultural exerce um papel ideológico ao ampliar as ilusões geradas pelas ITCs. Nela, predomina a ideia de que o homem é essencialmente um mercador de mercadorias, promovendo o cultivo ideológico de sua identidade.

Para Adorno e Horkheimer (1985), na engrenagem ideológica, toda produção de bens simbólicos se reduz ao caráter de mercadoria. (Ludovico Silva, apud Moretzsohn e Schneider, 2022), complementa, indicando que a teoria freudiana da “pré-consciência” fundamenta o apoio ideológico do capitalismo imperialista, moldando a sociedade através da formação de memórias diárias pelos meios de comunicação. As forças que controlam a “indústria ideológica” atuam diretamente sobre as consciências, explorando emoções, como ocorre no fundamentalismo religioso e no fascismo.

Para Moretzsohn e Schneider (2022), a sociedade funciona como um circuito de afetos, onde a adesão social é construída por afecções — alterações psíquicas ou morais provocadas por estímulos externos. O gosto (saber/sabor/emoção) representa a estrutura do sentimento e o aspecto sensível da ideologia, demandando a produção de gostos contra-hegemônicos, ou um "reencantamento poético". Para Gramsci (1999), ideologias são visões de mundo compartilhadas por grandes segmentos da sociedade, configurando-se como paixões — reflexões internas — que participam da disputa pela hegemonia. A cultura, por sua vez, é um conjunto organizado de valores, práticas, conhecimentos e sentimentos que dão sentido à realidade social e à adesão individual. Ela vive em constante tensão entre conservação e transformação, materializando-se na orientação cotidiana, na divisão do trabalho e na própria arte.

Segundo Moretzsohn e Schneider (2022), a ubiquidade das ITCs permite a captura do gosto pelo capital, influenciando a percepção e o conhecimento individual. O gosto é formado pelas escolhas, pela hierarquização de ideias (consciente ou inconsciente), pelas relações sociais, pelo estilo de vida adotado e pela cultura, mobilizada pela modificação do estado psíquico provocado por causas externas nos sentimentos. O gosto também pode

ser formado pela filtragem, no tempo e espaço, de afecções compartilhadas, socialmente produzidas e em circulação, mediadas culturalmente na estruturação hierarquizante, com indexações e classificações, a partir de modelos inconscientemente adquiridos pela educação formal e informal. Os gostos são as expressões das atribuições valorativas dos valores de uso, materiais e simbólicos. Operam a mediação entre necessidade, desejos, formação cultural e experiência de vida. As ITCs desempenham um papel central nesse processo, ocupando cada vez mais espaço em nossas vidas.

5. Conclusão

A desconstrução das engrenagens de produção social da ignorância requer uma transformação radical, como indicado por Marx e Engels (2007), através de uma revolução social que emancipe o proletariado da autoalienação, unindo teoria e prática. No atual cenário de trabalho precarizado, fragmentado, plataformizado, datificado, robotizado e financeirizado, gerido por algoritmos, a solução, segundo Gramsci (1999), está em fomentar o senso crítico em ampla escala.

Essa transformação exige a articulação entre o “pessimismo da razão” e o “otimismo da vontade”: um olhar crítico e realista sobre a realidade, combinado com ações militantes e propositivas. Essa abordagem não se limita ao real aparente, mas explora as potencialidades concretas de mudança, reconhecendo que a realidade não é apenas o que existe, mas o que pode vir a ser, por meio de projetos e ações deliberadas que busquem concretizar tais possibilidades.

A libertação da deterioração cognitiva, causada por consumo excessivo de conteúdos superficiais e/ou pouco estimulantes, presentes nas estruturas ideológicas exige, portanto, uma transformação radical. O quarto estado, que outrora derrubou o feudalismo para beneficiar a burguesia, hoje sustenta o capitalismo tanto ideológica quanto economicamente, convertendo antigos servos em trabalhadores explorados.

A solução passa pela substituição do sistema normativo dominante por um modelo cidadão, orgânico e organizado, alinhado aos princípios marxistas e aos interesses da classe trabalhadora. Isso exige que os trabalhadores tomem consciência de sua condição como proletários assalariados, reconhecendo a alienação e exploração a que estão submetidos, e mobilizem-se para defender seus direitos e transformar a realidade.

Uma possível saída seria a promoção do senso crítico em larga escala através de um *otimismo militante*, (Block, 2005, p. 221 apud Moretzsohn e Schneider, 2022). Esse

otimismo militante é uma articulação entre o pessimismo da razão e o otimismo da vontade. É mais realista em um sentido mais amplo e profundo, pois não lida apenas com o real aparente, mas investiga as potencialidades concretas de transformação da sociedade. Não podemos encarar a realidade apenas como aquilo que existe, mas como tudo aquilo que pode vir a ser, através de projetos formidáveis e ações para concretizá-los.

Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

EMPRESAS MAIS VALIOSAS DO MUNDO EM 2025. Disponível em: <<https://br.investing.com/academy/stocks/empresas-mais-valiosas-do-mundo/>>. Acesso em: 14 jan. 2025.

FISHER, Max. **A máquina do caos: como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo**. São Paulo: Todavia, 2023.

GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do cárcere*, volume 1. Edição e tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999

GUIMARÃES, Cátia. Hegemonia, senso comum e ideologia: contribuições do marxismo para o debate sobre desinformação e ‘pós-verdade’. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, São Cristóvão, v. 25, n. 2, p. 185–207, 2023.

HIRST, Martin. A desinformação sob a ótica da Economia Política da Comunicação. **Revista EPTIC**, v. 23, n. 1, jan.-abr. 2021.

JURNO, Amanda C. Plataforma, algoritmos e moldagem de interesses. **Revista Margem Esquerda**, São Paulo: Editora Boitempo, v. 36, 2021.

LOUREIRO, Robson, GONÇALVES, Emerson Campos. (Semi)formação no contexto das fake news e da pós-verdade na sociedade excitada - de Adorno a Türrcke. *Educação em Revista*, v. 37, n. 1, 2021.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *A Ideologia Alemã*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.

MORETZSOHN, Sylvia; SCHNEIDER, Marco. Sobre flores, grilhões, consciência e afetos: a disputa pela captura do gosto para desmontar as engrenagens de produção social da ignorância. **Revista EPTIC**, v. 24, n. 1, p. 107–124, 2022.

THE MENTAL HEALTH EFFECTS OF SOCIAL MEDIA ADDICTION AND OVERUSE IN YOUNG ADULTS. Disponível em: <<https://www.newportinstitute.com/resources/co-occurring-disorders/social-media-addiction/>>. Acesso em: 13 jan. 2025.