

# O CONTEÚDO NÃO CONCEITUAL DA PERCEPÇÃO E A EMOÇÃO DE **WONDER**

THE NONCONCEPTUAL CONTENT OF PERCEPTION AND THE EMOTION OF WONDER

JOSÉ CARLOS **SANT'ANNA**<sup>1</sup>

**RESUMO:** Nosso objetivo neste artigo é apresentar o conteúdo não conceitual da experiência perceptiva como a condição mais fundamental pela qual uma emoção de admiração (wonder) seja manifesta. Segundo os psicólogos que estudam esse tipo de emoção, todos os casos manifestam-se sob duas características básicas: vastidão perceptiva e necessidade de acomodação. Argumentaremos que nesses dois casos, antes de tudo, estão em jogo informações não conceituais. Ou melhor: essas duas características ocorrem fundamentalmente em função do conteúdo da experiência perceptiva ser não conceitual.

**PALAVRAS-CHAVE:** wonder; não conceitualismo; vastidão perceptiva; acomodação conceitual.

**ABSTRACT:** Our purpose in this paper is to present the nonconceptual content of perceptual experience as the most fundamental condition by which an emotion of wonder is manifest. According to psychologists who study this type of emotion, all cases manifest themselves under two basic characteristics: perceptual vastness and need for accommodation. We will argue that in these two cases, first at all, non-conceptual information is at stake. Or rather, these two characteristics occur fundamentally because the content of the perceptual experience is non-conceptual.

**KEYWORDS:** wonder; non-conceptualism; perceptual vastness; conceptual accommodation.

## A EMOÇÃO DE ADMIRAÇÃO (WONDER)<sup>2</sup>

O *wonder* é uma emoção de admiração reverente e estupefação diante de uma realidade que de algum modo é surpreendente ou espantosa. Ela é central na arte, na religião e na política, dentre outros âmbitos. É uma espécie de emoção que potencialmente pode transformar o curso de uma vida de modo permanente. Esse tipo de transformação é exemplificado tradicionalmente por Saulo de Tarso quando passa por sua conversão ou por Arjuna diante de Krishna, no Bhagavad Gita. Keltner e Haidt (KELTNER, et al. 2003) revisaram uma vasta literatura e apontam vários exemplos de *wonder* na religião, na psicologia, na sociologia e na filosofia.

A partir de todos os casos estudados, eles propõem uma abordagem em que as duas principais características que formam os casos prototípicos de *wonder* são vastidão perceptiva (*perceptual vastness*) e acomodação conceitual. Os autores também propuseram gatilhos sociais, físicos e cognitivos para a emoção de *wonder*, sendo que em cada um desses gatilhos estão presentes as características principais de vastidão e acomodação juntamente com algum outro tipo de característica periférica, como beleza, ameaça, etc. (KELTNER, et al. 2003, p. 303).

Vastidão ocorre quando é apresentado ao sujeito qualquer objeto que impressione fortemente sua percepção, seja pelo tamanho, pelo nível de detalhamento ou de repetição de padrões<sup>3</sup>. Isso se dá sempre que as informações capturadas perceptivamente desafiam o quadro de referência ao qual o sujeito está acostumado, gerando uma quebra de expectativa. Essas informações não são assimiladas pelo sujeito, mas acomodadas, seguindo a abordagem cognitiva de Piaget (PIAGET; INHELDER, 1966). Um caso de assimilação ocorre quando envolve interpretação das informações de modo que elas são adicionadas em esquemas conceituais já existentes ao sujeito. O contrário ocorre com a acomodação, em que a atenção se volta especificamente para as informações que se

desviam dos esquemas conceituais que o sujeito possui, pressionando a atualização ou criação de novos esquemas para que aquela informação seja armazenada de um modo minimamente coerente em seu sistema de crenças.

Em um estudo posterior (SHIOTA, et al. 2007), pesquisadores confirmaram empiricamente que a manifestação da emoção de *wonder* está realmente ligada à vastidão perceptiva e à necessidade de acomodação. Em um dos testes relatados, o *wonder* foi provocado por estímulos ricos em informação, especialmente nos casos em que os participantes foram expostos a visões panorâmicas da natureza, músicas e novas formas de arte (SHIOTA, et al. p. 950). Em outro teste, foi relatado que os indivíduos que são menos propensos a *wonder* são aqueles que necessitam de uma maior sofisticação teórica e evitam situações que não possuem “respostas claras”, por assim dizer (SHIOTA, et al. p. 958). Assim, tanto a vastidão perceptiva quanto a necessidade de acomodação foram características confirmadas nesse estudo.

Baseado nessa emoção, Robert Fuller (FULLER, 2008) traça uma distinção entre religião apocalíptica e religião natural (ou estética)<sup>4</sup>. Segundo ele, a espiritualidade autêntica é decorrente dessa emoção e não possui conexão com algum código moral ou doutrinal. Assim, Fuller enumera três características principais do *wonder*: primeiro, é uma emoção que nos conduz a um engajamento e envolvimento com o mundo ao redor, ao invés de gerar medo e afastamento. Segundo, o *wonder* leva-nos a contemplar aquilo que está além ou por trás dos fenômenos observados, despertando nossa capacidade mental para conectar a percepção com o pensamento abstrato<sup>5</sup>. Terceiro, o *wonder* produz um sentimento de desinteresse (ou abnegação) e participação em uma ordem superior de vida, com consequências diretamente morais e religiosas.

Mais recentemente, Shaun Gallagher (GALLAGHER, et al. 2015), juntamente com uma equipe diversificada de pesquisadores, propuseram uma pesquisa interessante. Segundo o autor, a visão panorâmica do Planeta Terra e das estrelas é um

poderoso estímulo para o *wonder*<sup>6</sup>. Por isso, essa equipe criou um ambiente detalhado para simular uma viagem espacial com a motivação de replicar a emoção de *wonder* nos “astronautas”. Essa ideia surgiu através dos relatos dos astronautas que voltavam de suas viagens. Um número significativo de astronautas, independente do quadro teórico em que estavam inseridos, relataram profundas experiências estéticas e/ou espirituais<sup>7</sup>, inclusive foram despertados com uma consciência mais sensível à questões morais e ecológicas (GALLAGHER, et al. 2015 p. 5). Isso leva a crer que essa emoção não está relacionada especificamente com uma concepção religiosa da vida ou que possa ser reduzida a algum estímulo causal interno como uma substância entorpecente.

Todos esses casos são exemplos específicos que corroboram a tese inicial de Keltner (KELTNER, et al. 2003), que a emoção de *wonder* sempre envolve duas características fundamentais: vastidão perceptiva e necessidade de acomodação. Será importante nesse momento caracterizar de uma maneira filosófica o conteúdo das experiências perceptivas, mais especificamente, se são conceituais ou não.

## CONTEÚDO NÃO CONCEITUAL DA EXPERIÊNCIA PERCEPTIVA

No nosso dia-a-dia mantemos várias posturas diferentes diante das coisas que nos rodeiam. Ora temos uma atitude mais reflexiva enquanto lemos, ora temos uma atitude mais voltada para a ação enquanto praticamos algum esporte, ou até mesmo uma postura mais contemplativa e estética enquanto assistimos a um filme. Em todas essas atividades nós recebemos e processamos inúmeras *informações* do ambiente à nossa volta através da nossa experiência perceptiva e, por consequência dessas informações que recebemos, somos pressionados a ter um determinado comportamento.

Suponhamos que estamos fazendo uma trilha no alto das montanhas em Annaberg, na Baixa Áustria. Em um determinado momento da trilha, no ponto mais alto da montanha, paramos e

olhamos a paisagem daquela perspectiva. Nesse exato momento perceberemos o verde das árvores, a coloração das flores, o posicionamento das nuvens, com o pico da montanha tocando-as, e mais uma infinidade de aspectos. Nossa percepção, portanto, será bombardeada com inúmeras informações desse contexto e se formos questionados sobre o que estamos vendo no alto da montanha falaremos facilmente sobre os objetos da nossa percepção visual.

Provavelmente diremos frases do tipo: “vejo *que* as árvores estão em variados tons de verdes”, “vejo *que* as flores coloreem o campo” e “vejo *que* a montanha toca as nuvens”, dentre outras. Esse modo de expressar sugere que tivemos a atitude proposicional de ver, o que é indicado claramente pela partícula “que” das frases citadas. Essa maneira de analisar pode nos levar a acreditar que o conteúdo das nossas percepções ou as informações que recebemos pela percepção são informações estruturadas de maneira proposicional. Mas essa é exatamente a questão colocada para nós: entender a natureza das informações que nos são entregues pela percepção. Ou, dito de outra forma: saber qual é o formato do conteúdo da experiência perceptiva, se são proposicionais ou não.

Essas experiências perceptivas normalmente são consideradas em termos conceituais, isto é, seu conteúdo é o conteúdo de atitudes proposicionais que, por sua vez, pressupõem a utilização de termos conceituais como componentes. A experiência visual dita acima foi expressa utilizando termos como “nuvem”, “árvore” e “flor”, ou seja, parece que essa percepção só poderia ser do modo que foi porque pressupunha que possuíamos os conceitos de NUVEM, ÁRVORE, e FLOR. Assim, a maneira mais intuitiva é pensar que toda a nossa experiência perceptiva é envolvida em conceitos justamente pelo fato de poder expressá-la através de proposições, cujos componentes são conceitos de objetos reconhecidos como tais.

No entanto, há vários filósofos que discordam dessa tese *conceitualista*, assumindo que não é *todo* o conteúdo da percepção que está envolvido em conceitos. Essa posição é conhecida como *não*

*conceitualismo* e foi formulada primeiramente por Gareth Evans, em sua obra *The Varieties of Reference* (EVANS, 1982). O aspecto principal é que nossas capacidades discriminativas são superiores às nossas capacidades conceituais, o que conduz para a noção de que nosso repertório conceitual não exaure inteiramente todo o conteúdo que nos é entregue na percepção. O próprio Evans afirmou que há um estágio mais primitivo do que aquele em que se encontram as atitudes proposicionais, chamado por ele de “estado informacional”. Não são acomodadas proposições completas nesse estado informacional, inclusive essa é a característica fundamental desse estado: ele é independente de crença. Um estado mental de crença seria um nível cognitivo mais sofisticado, o que não significa que não há nenhum nível representacional no estado informacional<sup>8</sup>.

Voltemos para o exemplo anterior da montanha de Annaberg. Um não conceitualista dirá que não seremos capazes de discriminar conceitualmente todas as informações acolhidas na percepção no momento em que visualizamos a paisagem porque há uma fineza na percepção que não ocorre em nosso repertório conceitual. Enquanto observo as árvores, por exemplo, irei discriminar perceptivamente várias tonalidades de verde, no entanto não terei termos gerais para discriminar conceitualmente cada uma delas. Isso é o que foi dito por Evans na famosa passagem: “Do we really understand the proposal that we have as many color concepts as there are shades of color that we can sensibly discriminate?” (EVANS 1982, p. 229). Evans utiliza o exemplo da percepção visual, mas obviamente isso vale como representante para todos os estados perceptivos<sup>9</sup>.

Essa diferença de refinamento entre as discriminações perceptivas e capacidades conceituais é o motivo pelo qual Evans compreende o conteúdo da percepção como estruturado de forma não conceitual e, *ipso facto*, não proposicional. Esse conteúdo é conceitualizado somente quando nos movemos da experiência perceptiva para o âmbito do juízo, como exemplificado anteriormente<sup>10</sup>.

Apesar de seu grande poder explicativo, o modelo informacional de Evans sofreu algumas

críticas. A principal delas é a que afirma que todo o conteúdo da percepção pode ser pensado como conceitual através de *conceitos demonstrativos*. Os conceitos demonstrativos, tais como “essa cor” ou “esse tom”, serviriam para indicar que esse conteúdo entregue à percepção já é conceitual<sup>11</sup>, apesar de não possuímos os termos gerais para discriminar todos os elementos que a constituem. O principal defensor desse conceitualismo é John McDowell (MCDOWELL, 1994) e sua estratégia se baseia essencialmente em assumir que as nossas habilidades de discriminação e reconhecimento já são conceituais, não havendo dois momentos distintos, um informacional e outro, posterior, conceitual<sup>12</sup>.

Porém há um grande desafio para essa tese conceitualista. Possuir genuinamente um conceito parece dar a entender que essa informação de algum modo deve permanecer disponível para o pensamento, o que não ocorre com conceitos demonstrativos. É até possível discriminar entre duas tonalidades de verde, ainda que muito próximas, enquanto as duas amostras estão disponíveis para a percepção em um determinado momento. O desafio, no entanto, é que essa capacidade de reconhecimento, a qual McDowell recorre, esteja em operação em um contexto independente daquele ao qual as amostras foram apresentadas à percepção. Isso significa dizer que a condição pela qual um sujeito esteja de posse de um conceito é que ele possa ser capaz de aplicá-lo em outros contextos<sup>13</sup>. Caso isso não ocorra, os conceitos demonstrativos poderiam ser utilizados apenas na presença da amostra. Obviamente parece ser um contrassenso afirmar que um sujeito possui um conceito, mas que ao mesmo tempo ele não tem habilidade de aplicá-lo em contextos distintos além daquele em que a amostra está disponível à percepção. Tudo isso indica que os conceitos demonstrativos também não são capazes de responder satisfatoriamente ao desafio de conceitualizar a riqueza da experiência perceptiva<sup>14</sup>.

Portanto, ainda que sejam levadas em conta as considerações conceitualistas, é pouco plausível que nossa experiência perceptiva do mundo,

especialmente em situações típicas de *vastidão perceptiva*, como a do nosso exemplo da visão do alto da montanha de Annaberg, seja inteiramente exaurida pelo nosso repertório conceitual. Ao contrário, antes o que ocorre é a recepção de um conteúdo que é não conceitual em função da riqueza das informações entregues à percepção.

## O CONTEÚDO NÃO CONCEITUAL COMO GERADOR DE VASTIDÃO PERCEPTIVA

O que se pretende agora é relacionar as duas teses principais já apresentadas nesse texto, ou seja, afirmar que as duas principais características do *wonder*, vastidão perceptiva e a necessidade de acomodação, estão em função da fineza do conteúdo da percepção e, conseqüentemente, da impossibilidade de todas essas informações entregues à percepção serem esgotadas conceitualmente.

Nossa tese é de que a vastidão, aspecto explorado por vários estudiosos, como apresentado no primeiro item, só ocorre em função da riqueza das informações apresentadas à percepção, que são, por sua vez, não conceituais. Podemos entender mais claramente que o *wonder* é uma resposta emocional para um estímulo perceptivamente vasto, gerando uma quebra de expectativa a partir do esquema conceitual que o sujeito está

inserido, justamente pelo fato da sua percepção ser atingida com uma riqueza de informações não conceituais. Inclusive a resposta emocional que é dada em função da quebra de expectativa é talvez mais um elemento que evidencie que esse conteúdo é não conceitual, caso contrário não se sabe com clareza como um conteúdo inteiramente conceitual poderia gerar essa resposta emocional.

A incapacidade do sujeito de assimilar esse conteúdo também ocorre em consequência desse conteúdo ser desviante de seu esquema conceitual, ou de seu quadro referencial teórico<sup>15</sup>. Se fosse um conteúdo inteiramente conceitual, o processo mais provável é o de assimilação. A tentativa de acomodar esse conteúdo é a maneira mais clara de perceber que ele não é imediatamente exaurido em conceitos.

## CONCLUSÃO

Assim, o propósito deste artigo é enriquecer a discussão sobre os gatilhos para a emoção de *wonder*, que está no início do pensar filosófico com o famoso “maravilhar-se” ou “espantar-se” com a realidade, com a tese filosófica do conteúdo não conceitual da experiência perceptiva extraído do texto de Gareth Evans.



## NOTAS

1. Mestrando em Filosofia da Religião pela FAJE (Faculdade Jesuíta de Filosofia e Teologia) e licenciado pela mesma instituição.
2. Acreditamos que a melhor tradução para os termos *awe* ou *wonder* seja “admiração reverente”. Também pode-se utilizar outras traduções como maravilhamento, deslumbramento, etc. Contudo, no corpo do texto, a título de simplificação, utilizaremos apenas o termo *wonder* ao invés da tradução em português. Também não atentaremos para a distinção entre *awe* e *wonder*, que nos parece ser uma questão meramente terminológica. Apenas apontaremos alguns autores que fazem essa distinção.
3. “A stimulus may convey vastness in physical space, in time, in number, in complexity of detail, in ability, even in volume of human experience. Vastness may be implied by a stimulus, rather than physically inherent in the stimulus” (SHIOTA, et al. 2007, p. 945).
4. Fuller acredita que há uma distinção significativa entre *awe* e *wonder*, sendo que o *awe* é uma emoção eminentemente negativa, relacionada ao medo. Mas no artigo do Shiota (SHIOTA, et al. 2007) é explicitamente dito, com base nos testes que foram feitos, que o *awe* não é uma emoção negativa. Não entraremos nas discussões terminológicas entre *awe* e *wonder*, já que se pode entender perfeitamente a proposta do Fuller.

5. "As such, wonder is the ontogenetic basis for the development of thinking that goes beyond the constraints of the immediate physical environment" (FULLER 2008, p. 56). Pode-se dizer que o wonder é a condição pela qual o indivíduo forma reflexões metafísicas.
6. Gallagher também faz uma distinção entre awe e wonder. O primeiro é relacionado com uma experiência direta e inicial com algo maravilhoso, sublime ou incompreensível. Já o wonder é uma experiência reflexiva, de segunda ordem, que surge quando tais informações da percepção são incapazes de se acomodarem no esquema conceitual atual do sujeito. É um estágio mais aberto à questões do que à conclusões (GALLAGHER, et al. p. 6). Para nossos propósitos esses dois estágios serão considerados todos sobre o termo wonder, já que cada estágio representa respectivamente a vastidão perceptiva e necessidade de acomodação vista no início do texto.
7. "The astronauts reporting such experiences come from different backgrounds – many are engineers and hard-nosed scientists; some are atheists; and some have religious backgrounds. Some have been led by these experiences to become more spiritually sensitive or more attuned ecologically or ethically after their return to Earth. For a few of the astronauts, these experiences have been life transforming. On the face of it, awe and wonder are experiences that transcend religion, culture, politics, and just about every other "contextualizing" feature of human existence that one could imagine." (GALLAGHER, et al. p. 2).
8. O exemplo de uma percepção ilusória também pode evidenciar que essas experiências são portadoras de um conteúdo não conceitual por representar um determinado estado de coisas contraditório ou impossível, e que uma crença completamente formulada ainda seria um estado cognitivo bastante avançado. Cf. Evans 1982, p. 123.
9. O conteúdo da experiência perceptiva é caracterizado como sendo não conceitual tanto no nível pessoal quanto no nível subpessoal, e nesse estado informacional entram em operação as informações reunidas pela percepção, testemunho e memória. Essas distinções não serão importantes para nossa proposta, para isso cf. Bermúdez 2007 e Evans 1982, p. 122-129.
10. Há também outra famosa passagem de Evans sobre a passagem do âmbito da percepção para o âmbito do juízo: "The informational states which a subject acquires through perception are non-conceptual, or non-conceptualized. Judgements based upon such states necessarily involve conceptualization: in moving from a perceptual experience to a judgement about the world (usually expressible in some verbal form), one will be exercising basic conceptual skill" (Evans 1982, p. 227).
11. Não há nenhum passo inferencial que conduza esse conteúdo à atribuição conceitual, os estados perceptivos já são em si mesmos conceituais.
12. "What is in play here is a recognitional capacity, possibly quite short-lived, that sets in with the experience. It is the conceptual content of such a recognitional capacity that can be made explicit with the help of a sample, something that is guaranteed to be available at the time of the experience with which the capacity sets in" (MCDOWELL 1994, p. 57).
13. Sean Kelly utiliza a expressão "condição de reidentificação", cf. Kelly 2001a. Além desse argumento, Kelly possui outro contra a tese conceitualista, o da "condição de dependência", cf. Kelly 2001b.
14. McDowell altera levemente sua posição conceitualista do *Mente e Mundo*, em 2009 (MCDOWELL, 2009).
15. Talvez aqui possa ser dito que haja um processo metacognitivo de um conteúdo não conceitual. Uma definição neutra de metacognição é: "a metacognição é o conjunto de capacidades através das quais um subsistema cognitivo operacional é avaliado ou representado por outro subsistema de forma sensível ao contexto" (PROUST 2013, p. 4). Assim, a metacognição "may only involve 'cues', that is, signals that will reliably control the agent's activity. These signals can indeed be experienced as feelings of knowing, or feelings of ability" (PROUST 2013, p. 3). Esse "sentimento de saber", ao invés de um conhecimento conceitual, pode enriquecer a discussão sobre o conteúdo não conceitual da percepção. Cf. PROUST 2013, p. 111-148, sobre o formato não conceitual das informações envolvidas no processo metacognitivo.

## BIBLIOGRAFIA

- ABATH, André. Crença e percepção. Compêndio em linha de problemas de filosofia analítica. 2014.
- BERMÚDEZ, José. What is at stake in the debate on nonconceptual content, *Philosophical Perspectives*, 21(1): 55–72. 2007.
- BERMÚDEZ, José and CAHEN, Arnon, “Nonconceptual Mental Content”, *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Fall 2015 Edition), Edward N. Zalta (ed.), URL = <<https://plato.stanford.edu/archives/fall2015/entries/content-nonconceptual/>>.
- EVANS, Gareth. *The Varieties of Reference*. Oxford: Oxford University Press. 1982.
- FULLER, Robert. *Espirituality in the flesh: Bodily Sources of Religious Experiences*. 2008.
- GALLAGUER, Shaun. *A neurophenomenology of awe and wonder: towards a non-reductionist cognitive science*. 2015.
- KELLY, Sean. Demonstrative concepts and experience, *The Philosophical Review*, 110(3): 397–420. 2001a.
- \_\_\_\_\_. The non-conceptual content of perceptual experience: Situation dependence and fineness of grain, *Philosophy and Phenomenological Research*, 62(3): 601–608. 2001b.
- KELTER, Dacher. HAIDT, Jonathan. Approaching awe, a moral, spiritual, and aesthetic emotion, *Cognition and Emotion*, 17:2, 297-314. 2003.
- McDOWELL, John. *Mind and World*. Cambridge MA: Harvard University Press. 1994.
- \_\_\_\_\_. *Having the world in view: Essays on Kant, Hegel, and Sellars*. Cambridge, Harvard University Press, 2009.
- PIAGET, Jean. INHELDER, B. *The psychology of the child*. New York: Basic Books. 1966.
- PROUST, Joelle. *The Philosophy of Metacognition: Mental Agency and Self-Awareness*. Oxford University Press. 2013.
- SHIOTA, Michelle. KELTNER, Dacher. MOSSMAN, Amanda. The nature of awe: Elicitors, appraisals, and effects on self-concept, *Cognition and Emotion*, 21:5, 944-963. 2007.