Comunicação, ciências, subjetividades e representações: a divulgação científica como impressão do conhecimento[1]

Ricardo Alexino Ferreira[2]
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP
Fapesp, São Paulo, SP

Resumo

Este trabalho tem como principal proposta entender a Comunicação e a sua interface com a Ciência no contexto da subjetividade. Para isso, faz um contraponto ao pensamento hegemônico do paradigma Positivista de Augusto Comte que vem influenciado sobremaneira a práxis do comunicador na abordagem da ciência enquanto informação, o que leva muitas vezes a uma divulgação científica reducionista e calcada na percepção tradicional de ciências. O artigo parte do princípio que a subjetividade e a utilização de narrativas mitológicas podem constituir um cenário mais apropriado para a divulgação de ciências. O artigo ainda destaca a disciplina "Comunicação, subjetividade e representações", ministrada pelo autor nas habilitações do curso de Comunicação Social da ECA-USP, como uma possibilidade de inserir elementos da subjetividade no contexto da divulgação das ciências.

PALAVRAS-CHAVE: Divulgação científica; Subjetividades; Representações.

Introdução

Este trabalho tem como principal proposta entender a Ciência e a Comunicação por suas características subjetivas e não apenas objetivas. Entende que o Positivismo preconizado por Augusto Comte, na segunda metade do século XIX, introduziu um fazer científico que afastava as concepções abstratas e as especulações metafísicas.

Com esse paradigma determinante o experimentalismo se tornou a essência da prática científica afastando, muitas vezes, a abstração e a subjetividade, consideradas como anti-científicas. Esse pensamento teve e vem tendo impacto nas produções científicas do século XX até o momento. As exceções mais prementes nesse campo podem ser creditadas

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Professor associado/Livre-docente da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. E-mail: alexino@usp.br

às pesquisas de Freud e Yung, que foram duramente criticados pelos seus pares, sendo seus trabalhos considerados sem sustentabilidade científica por não terem um objeto rijo.

A influência do pensamento positivista sobre a divulgação científica é bastante preeminente no jornalismo atual que tem como carro-chefe de suas produções as pesquisas em áreas exatas e biológicas, quase sempre desenvolvidas em laboratórios tradicionais que constituem no imaginário do comunicador imagens espelhadas do que é a real ciência, reduzindo assim o pensamento científico a experimentações e especializações.

Para reverter esse pensamento fomentado na formação de comunicadores, introduzi a disciplina "Comunicação, subjetividade e representações" na estrutura curricular das habilitações do curso de Comunicação Social da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

A principal proposta foi a de estimular o graduando a pensar Ciências e Comunicações não a partir da matriz objetividade, mas primeiramente de matrizes fundadas na subjetividade e nas abstrações.

O principal foco era dar ênfase na subjetividade e nas representações como elementos constitutivos das Comunicações e das Ciências e da necessidade do comunicador entender, interpretar e inferir no campo simbólico.

Subjetividades e representações na divulgação científica

Em um contexto positivista, é pouco utilizada a história da ciência por jornalistas. As produções midiáticas têm sido construídas a partir de pressupostos reducionistas e "frios". Quase sempre o enfoque da pesquisa abordada é voltado para os seus resultados finais e muito pouco no processo de construção metodológica.

A edição do conteúdo trabalhado pelo comunicador tem como base, em sua grande maioria, o elemento factual, tratando a informação científica sem os contextos e as conexões que poderiam fazer sentido e ressignificar a informação.

Um exemplo que pode ser citado dentro desse contexto é a teoria heliocêntrica, de Copérnico, que colocada apenas em seu resultado final impede que o público possa ter uma idéia de como se chegou aquele pensamento. Sem narrativas que contextualizem a época e possam criar cenários, há pouca possibilidade de estimular ressignificações. O resultado de divulgação das ciências que tratam a informação como factual podem trazer prejuízos no conhecimento da população.

No final do século XX, o astrônomo Carl Sagan alertava para o analfabetismo científico, em que foi constatado que metade da população norte-americana não sabia que a terra gira em torno do sol e que cada volta dura um ano. (Epstein, 2002, p. 11).

A questão que fica é se é a população que não se interessa por ciência ou se é a produção da divulgação científica que é falha, constituindo-se sim no analfabetismo científico do comunicador.

Se um texto que vai abordar a teoria heliocêntica trabalhasse os elementos narrativos, talvez despertasse maior interesse do público e contribuísse para a alfabetização do comunicador.

Destacar os elementos do cotidiano fazem com que o indivíduo consiga enxergar sentido no que está sendo abordado. Criar o cenário é um elemento fundamental para a divulgação científica. Entre dizer simplesmente que Copérnico "descobriu" que a terra gira em torno do sol e, por outro lado, narrar com detalhes como ele chegou a esse resultado é bem mais interessante.

Narrar que, em 1513, após trazer oitocentas pedras e uma barrica de cal das obras do cabido para construir o seu observatório e dele ver o universo, Copérnico escreveu:

> Imóvel, no entanto, no meio de tudo está o Sol. Pois nesse mais lindo templo, quem poria esse candeeiro em outro ou melhor lugar do que esse, do qual ele pode iluminar tudo ao mesmo tempo? Pois o Sol não é inapropriadamente chamado, por alguns povos, de lanterna do universo; de sua mente, por outros; e de seu governante, por outros ainda. [Hermes] o Três Vezes Grande chama-o de um deus visível, e Electra, de Sófocles, de onividente". (RONAN, 2001, p.68)

O texto subjetivo, poético, humaniza Copérnico, que utiliza-se de elementos mitológicos para falar de sua observação. Um texto que traz em seu interior a essência da teoria que transformaria para sempre a astronomia.

A teoria heliocêntrica poderia se tornar muito mais acessível caso o comunicador criasse um cenário em que personagens como Lutero (que temia o impacto cultural e político do heliocentrismo); Andres Osiander (que foi confiado para escrever o prefácio do livro de Copérnico "Das revoluções dos corpos celestes", mas traiçoeiramente afirmou que a teoria proposta não se tratava de um retrato real do universo, mas apenas um cálculo

coerente com as observações); que Copérnico, por estar doente, não leu o prefácio antes da publicação.

Ao analisar tais construções narrativas é possível contextualizar e criar cenários para entender o tipo de ciência que está sendo apresentada.

No entando, o comunicador atual que deve ter em sua essência a verve do narrador da contemporaneidade está perdendo a sua capacidade narrativa e se transformando em um escrivão. Tal situação fica mais acentuada quando esse comunicador não se aventura na divulgação da ciência como um mundo de possibilidades.

Para antropólogos da Antropologia Cultural, a cultura basicamente envolve conjuntos de narrativas e, portanto, subjetividades, algo inerente ao viajante que quer descobrir novos mundos.

Essa necessidade de narrar, que o comunicador da contemporaneidade está abandonando, pode ser observada desde os tempos ancestrais, há mais de cinco mil anos, pertencentes aos período do Neolítico e Calcolítico. As primeiras pinturas rupestres são a maior expressão dessa forma de comunicação, que podem ser consideradas como as primeiras divulgações de técnicas de caça e da relação com esses primeiros humanóides e o meio ambiente. Há a transposição poética do olhar das diferentes realidades e das técnicas conquistadas para a plataforma pedra. (Seria ousado dizer que era uma divulgação da "ciência"?).

Ermida de Nossa Senhora da Lapa, na Vila de Alegrete, em Évora (Universidade de Évora).

Outro elemento de divulgação de conhecimentos ancestrais, a partir das subjetividades, são as narrativas mitológicas. Mitologia significa MIÉIN (manter a boca e

os olhos fechados) e seus derivados MYESTÉRTION (mistérios) e MÝSTES (iniciados ou neófitos).

Para Campbell, os mitos estão envoltos em quatro abordagens: a questão cosmológica; a questão metafísica; a questão sociológica e a questão psicológica. (Boechar, 2009, p. 17 e 18).

E nessa perspectiva, é possível entender o mito como elemento fortemente presente na sociedade tecnológica:

> Mircea Eliade procurou enfaticamente demonstrar a presença do mito nos grandes movimentos sociais contemporâneos. Eliade fez mesmo uma curiosa aproximação mítica entre cristianismo e marxismo, percebendo elementos de o mito judaico-cristão na ideologia do autor de 'O Capital'. Assim há a idéia mitológica de um herói salvador ou redentor da sociedade, como um Cristo sofredor, o operário oprimido; e, equiparando-se a uma Jerusálem celestial no final dos tempos, a desejada sociedade sem classes. Assim, o mito não é algo falso, fabuloso ou uma 'história' apenas agradável de se ouvir, mas um poderoso agente catalisador de mudanças individuais e sociais". (BOECHAT, 2009, p. 20 e 21)

Nesse sentido, o mito deve ser visto como uma forma de subjetivizar as experiências materiais e imateriais humanas e a sua relação com o ambiente. Ao retirar os elementos da subjetividade e transformá-los no real absoluto, a comunicação midiática trai a si própria e reduz o pensamento científico ao concreto e ao ato final do fazer.

Ciência e comunicação midiática na plataforma da subjetividade e no formato de disciplina

A disciplina "Comunicação, subjetividade e representações"[3] procura despertar no graduando a percepção de que a ciência oculta em seus entremeios elementos muito mais subjetivos do que objetivos.

[3] A disciplina "Comunicação, subjetividade e representações", ministrada pelo autor deste artigo é ofertada para as habilitações de Comunicação Social, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. A disciplina está dividida em dez tópicos: 1. Subjetividade e representações na condição pós-moderna; 2. Memória; 3. Cognição e representações; 4. Objetividade e subjetividade; 5. O ambiente simbólico da mídia; 6. Interpretação e releitura dos conteúdos midiáticos; 7. Espaço grupal, empresarial e institucional; 8. Percepção da realidade; 9. Representações sociais e midiáticas: preconceitos, discriminações e racismos; 10. Educomunicação.

Essa nova percepção possibilita pensar em novos formatos comunicacionais, que o levará a uma crise paradigmática. Otto Groth coloca que o jornalismo enfrenta a problemática da observação e da subjetivação:

> Tudo o que nós observamos, absorvemos na consciência e julgamos (em sentido lógico). O que nós vivenciamos está sujeito desde o começo à 'constituição' do sujeito conhecedor, é processado e transformado por ele, é adulterado por meio de acentuações, complementações e omissões. (GROTT, 2011, p. 369).

Grott ainda vai afirmar que "para a representação do concreto, só se encontram à disposição da história coisas abstratas" (Grott, 2011, p. 45).

A principal proposta da disciplina é permitir que o graduando possa conceber que a subjetividade é um elemento cultural que traz em seu bojo a ciência e a comunicação em processos interativos.

Inclusive fazê-lo perceber que a comunicação e a sua interface com a ciência no contexto da subjetividade possibilita humanizar não somente o cientista ou pesquisador, mas altera o seu foco de estudo, que passa de objeto a sujeito.

Outra característica da sujetivação, construída como elemento didático-pedagógico da disciplina, é resgatar a narrativa do comunicador para ressignificar os fenômenos postos.

Referências

BOECHAT, Walter. *A mitopoese da psique*: mito e individuação. Petrópolis (RJ): Vozes. 2009.

CAMPBELL, Joseph. **O poder do mito**. São Paulo: Pallas Athena. 1990.

_____. **Mito e transformação.** São Paulo: Ágora, 2008.

CARLOS, Ana Maria e ESTEVES, Antonio R. **Narrativas do Eu:** a memória através da escrita. São Paulo: Unesp. 2009.

CONTRERA, Malena Segura. *O mito na mídia*: a presença de conteúdos arcaícos nos meios de comunicação. São Paulo: Annablume, 1996.

EPSTEIN, Isaac. *Divulgação científica*: 96 verbetes. Campinas (SP): Pontes, 2002.

GROTT, Otto. *O poder cultural desconhecido*: fundamentos de ciências nos jornais. Petrópolis (RJ): Vozes, 2011.

JUNG, Carl G. **A energia psíquica**. Petrópolis (RJ): Vozes, 1990.

_____. **O homem e seus símbolos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 2008.

PEREIRA, Miguel. **Comunicação, representação e práticas sociais**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2004.

RONAN, Colin A. *História ilustrada da ciência da Universidade de Cambridge*, volume 3: da Renascença à revolução científica. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

SOUZA, Solange Jobim. **Subjetividade em questão**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2000.

STEIN, Murray. **Jung, o mapa da alma**. São Paulo: Cultrix, 1998.

UNIVERSIDADE DE ÉVORA. Ermida de Nossa Senhora da Lapa. http://search.babylon.com/imageres.php?iu=http://codigodacultura.files.wordpress.com/2010/03/pinturas-rupestres-jpg.jpeg&ir=http://codigodacultura.wordpress.com/2010/03/26/investigadores-da-universidade-de-evora-descobrem-pinturas-rupestres-numa-gruta-do-alentejo/&ig=http://t3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQVIkE5-LXqKXARpskG-aDDQFUDsWR1CoaoR27eDKEe31UargoBF2TsLIV7&h=470&w=500&q=%22PINTURAS+RUPESTRES%22&babsrc=conduit