

FIAT LUX¹

Josimey Costa da Silva²

A busca pelo conhecimento é uma condição do destino humano, que nos faz seres curiosos e tenazes. Alcançar o conhecimento é experimentar uma epifania, um breve lampejo do que seria o saber total, universal, que jaz fragmentado em nossa consciência singular. O conhecimento total, porém, resulta em utopia, e a categoria de universal só tem validade relativa. Ainda que seja assim, ambos, conhecimento e universalidade, são como a perfeição: impossíveis de serem atingidos, mas eternos como metas.

Não há, entretanto, um só tipo de conhecimento. Entre tantos, existe o conhecimento intelectual, que requer raciocínio elaborado e lógica; o vulgar ou popular, tradicional, hereditário, do senso comum; o científico, que demanda leis e sistemas explicativos, métodos experimentais racionais e replicáveis de constatação e demonstração; e o filosófico, que se utiliza de idéias e conceitos por meio da indagação e do debate para debruçar-se sobre a condição humana.

Dentre esses conhecimentos, o científico é hoje o que goza de maior legitimidade social, tendo ocupado, em muitas circunstâncias, o lugar da verdade que a religião ocupou até a Revolução Francesa no mundo ocidental. Não é por acaso que diversas práticas profissionais tenham se formado com base nesse conhecimento que, para alçar a condição paradigmática que ocupa hoje, necessitou de ampla difusão. Nesse processo, a divulgação científica tornou-se atividade técnica e profissional, com o objetivo de popularizar a ciência para públicos não especializados. Para as sociedades industriais, junto às escolas e às universidades, os meios de comunicação representam a via preferencial de popularização de fatos e idéias, com especial ênfase para o jornalismo por seu discurso de objetividade e fidelidade a fontes e a dados.

A divulgação científica iniciou-se no Ocidente há milênios, com os gregos se encarregando de registrar e difundir o que seus sábios formulavam. Isso era feito de forma assistemática, mas o jornalismo científico, aquele que diz respeito diretamente à divulgação da ciência e tecnologia pelos meios de comunicação de massa conforme a lógica e os processos de produção jornalísticos, o faz de forma regular e profissionalizada. Somente a institucionalização da prática pôde propiciar a reflexão mais generalizada a respeito do papel da ciência e, por conseqüência, do jornalismo científico como meio da divulgação científica nos veículos da comunicação de massa. Quem faz, como é feito, com que eficácia se dá o registro e o repasse da informação e a

¹ Fragmento da frase bíblica "*Dixitque Deus fiat lux et facta est lux*" – Do latim, significando “E Deus disse faça-se a luz, e a luz foi feita”.

² Doutora em Ciências Sociais, professora de Comunicação Social e Ciências Sociais na UFRN; pesquisadora nas áreas de Complexidade, Teoria da Comunicação, Teoria da Imagem e Semiótica da Cultura; autora de livros de ensaios e contos; poeta e documentarista.

serviço de quem se apresenta o jornalismo científico nas diversas mídias – tudo é e deve ser passível de indagação, ainda mais quando é muito mais fácil, para o grande público, acessar os produtos já prontos do que acompanhar o processo de produção e as conseqüências do ato de divulgar.

Dar a conhecer para permitir o questionamento necessário à formação do espírito crítico e ao avanço do próprio conhecimento: aí reside o grande mérito deste livro “Jornalismo e Imprensa: convergências possíveis”.

Os ensaios aqui enfileirados trazem contribuições de renomados cientistas, jornalistas, professores e profissionais da mídia que difundem conquistas da ciência, ao mesmo tempo em que o modo de fazer e o impacto dessa difusão são competentemente discutidos. A vida retórica dos fatos científicos, como descreve J. Fahnestock citado no artigo de A.C. Pavão, exige intermediários. As escolas, as universidades, os institutos de pesquisa, os museus, as mídias são as encarregadas de buscar nas fontes habilitadas as informações que, tratadas com nova linguagem, construídas como um novo texto, vão interessar e ser compreendidas por quem não faz ciência.

E o que interessa da ciência a quem não faz ciência? A perseguição da objetividade no método científico encontra ressonância na propalada objetividade discursiva do jornalismo; mas não é só isso que o público quer ver e ouvir. O público quer mais do que saber o que é lidar com dados experimentais ou empíricos, com números e fatos sem narrador definido; e, para ir além disso, é preciso humanizar o conhecimento, tanto o produzido pela ciência como o difundido pelo jornalismo. É fundamental uma ciência viva e um jornalismo cidadão. M. Leite nos faz encarar isso em seu artigo em que critica o jornalismo, relacionando cidadania e conhecimento e alertando que, para fazer uma ciência viva, é necessário o recurso da filosofia; só assim, a condição humana pode ser uma questão presente na construção do conhecimento, do qual o jornalismo é um elemento.

A ciência do sensível (Lévi-Strauss). O pensamento selvagem. Campinas: Papirus, 2005.

Lévi-Strauss propõe que não existe diferença na natureza do modo de operação do pensamento quaisquer que sejam os materiais trabalhados (tanto a imagem mítica quanto a conceitualização pressupõem uma lógica fundamental dos signos).

Difusão, pluralidade, respeito, riqueza.

Espaço para a ciência na esfera pública midiática.

Tecnociência forma mão-de-obra mais cara para ser mais eficiente – e o afeto?

Fontes – plural e singular; jornalismo mais humanizado, mais cosmológico; ética da responsabilidade e cuidado com a coisa pública.

Tempo da ciência *versus* tempo do jornalismo *versus* tempo da sociedade *versus* tempo do indivíduo.

Assessorias de Comunicação e TVs universitárias (*in* L. Massarani e B. Buys); número de jornais – FSP – 607,02 habitantes para cada exemplar de jornal mas o terceiro em textos no continente; Clarín – 67,9 hab/ex. (Arg.); O Globo fala mais da ciência em países desenvolvidos.

Novos paradigmas na ciência e na sociedade.

Dilemas *versus* perspectivas – inteligência complexa (pensar) – idéias para reconfiguração da vida.

Orientações sobre como cobrir ciência, entender os jargões e conceitos, os *papers*; explicação sobre veículos dedicados à cobertura da ciência.

Temas de cobertura (C. Angelo e M. I. Herzog).

Linguagem e público (C. Peixoto); jornalismo é generalista e ciência é elitista; formação do jornalista deve ser em humanidades.

Setores de ciência nos jornais do RN.

Como diz S. Mirsky em sua lei (citada por C. Angelo), as matérias sobre ciência pautam nosso amanhã – as publicadas neste livro comprovam.