

# Utopia e Jornalismo na transformação de identidades

*Utopia and Journalism in the transformation of identities*

---

Filipa M. Ribeiro

[filipa.ribeiro@gmail.com](mailto:filipa.ribeiro@gmail.com)

## Resumo

Este trabalho explora o impacto do contributo da utopia no contexto da prática do jornalismo de ciência. Analisa-se em que medida pode a comunicação de ciência atingir, (trans)formar identidades. Argumenta-se que, na relação entre utopia e ciência e entre utopia e comunicação, a utopia surge como força de motivação para alcançar conhecimento novo através da comunicação, pois a utopia é o lugar do desafio à ciência, à comunicação e à própria ética. Na relação entre utopia e jornalismo, conclui-se que a utopia é um elemento auto-renovador do jornalismo ao introduzir o questionamento (utópico) no exercício do jornalismo, ultrapassando as ambiguidades éticas e deontológicas da profissão. Realça-se, assim, o papel do jornalista de ciência, conjugando funções de projectista, modelador, pensador sistémico ao conjugar as vertentes da comunicação do «eu» e ao promover a transformação de valores e identidades.

**Palavras-chave:** Utopia; Jornalismo de Ciência; **Keywords:** Utopia; Science Journalism; Identity. Identidade.

## Abstract

*This paper undertakes an utopian approach in the context of the practice of science journalism. We analyze to what extent can science communication (trans) form identities. It is argued that, within the relationship between utopia and science and between utopia and communication, utopia emerges as a force of motivation to achieve new knowledge through communication, because utopia challenges science, communication and ethics. Regarding the relationship between utopia and journalism, we conclude that utopia is an element of self-renewing of journalism introducing an utopian questioning (utopian) in the exercise of journalism, going beyond the ethical ambiguities of the profession. Thus the new role of the science journalist is one of designer, modeler, systemic thinker combining aspects of communication of the 'self' and promoting the transformation of values and identities.*

## 1. Introdução

O presente trabalho pretende abordar uma questão abrangente sobre a ciência na contemporaneidade: que relação pode existir entre ciência, utopia e jornalismo (de ciência)? Esta questão foi o elemento propulsor de um percurso que teve por móbil compreender

como proceder a uma reflexão utópica no contexto da prática do jornalismo de ciência. Este percurso conduziu a duas questões mais específicas: 1) em que medida pode a comunicação de ciência atingir, (trans)formar a identidade do indivíduo? Em síntese, o presente artigo tem como problemática a relação entre utopia e ciência e as implicações antropológicas que essa relação tem, potencialmente, nas rotinas cognitivas e sociais do jornalismo de ciência. Partimos do pressuposto de que a utopia é o que está ao nosso alcance; o resto são impossibilidades consumadas. A ciência está frequentemente entre uma coisa e outra. Entre os campos da ciência e da utopia encontramos pontos em comum, como sejam a abertura ao desafio e a dedicação à verdade, o que exige uma vida de auto-exame contínuo e infinitamente rigoroso. A relação entre ciência e utopia é uma relação de contemplação aliada à acção, pois só assim é possível transcender o que é conhecido e aceitar o desafio do conhecimento. Se a Ciência é uma forma de conhecimento, a utopia é o lugar do desafio ao conhecimento. Entre uma e outra são necessárias flexibilidade, partilha e equilíbrio. E esse é o papel da comunicação de ciência. A utopia, neste âmbito, é um auxiliar de reflexão, no sentido hermenêutico. A coerência entre temáticas aparentemente tão díspares como a comunicação, a utopia, a ciência e o conhecimento dá-se pelo objectivo hermenêutico que permeia a abordagem de todas elas: a compreensão de “compreensões” diferentes. Recorremos à utopia e à própria ideia de conhecimento enquanto utopia, na procura de referenciais éticos, motivacionais e criativos que se adaptem à realidade actual na comunicação de ciência. Neste trabalho não ambiciono mais do que tentar atingir um ponto em que reflexão e intervenção se encontram, partindo das seguintes hipóteses: o jornalismo de ciência, enquanto narrativa utópica, pode transformar identidades desde que enquadrado na relação entre jornalismo e utopia;

Para isso, através de uma análise crítica interdisciplinar da literatura, por um lado, fazem-se algumas sugestões sobre a forma como a orientação e a prática da comunicação de ciência, e em particular do jornalismo de ciência, poderão ser melhoradas e, por outro, explora-se uma possibilidade de aprofundamento do conhecimento dos problemas existentes no âmbito dos pressupostos da comunicação de ciência.

A sociologia e a filosofia da ciência têm desconstruído de tal forma a ciência que, não raras vezes, nem os próprios cientistas reconhecem a ciência, tal como já se queixou o conhecido matemático Roger Penrose em relação à Filosofia da ciência. A comunicação de ciência não

pode cometer o mesmo erro, ao substituir uma teia emotiva e lúcida que deve ser a comunicação de ciência para um público não cientista, por uma “rede de serviços eventualmente eficazes mas anónimos e distantes”, aproveitando uma expressão de Vítor Oliveira Jorge. Por exemplo, mais do que “democratizar o saber”, pôr a ciência ao serviço dos cidadãos, pugnar pelo “public science engagement”, é preciso desenvolver saber, conhecimento e informação crítica e a capacidade de fazer crítica da informação em todos os processos e etapas da prática jornalística: “Trata-se de disseminar o poder de cada um em decidir e poder projectar o seu futuro – disseminando o saber, disseminando as formas de desconstruir e construir qualquer saber, que são dois momentos do mesmo processo de ‘tomada de poder’ sobre o mundo” (Jorge, 2005: 34).

Em jornalismo, em todas as etapas de produção de uma peça, quem decide deve privilegiar “um conhecimento profundo e abrangente, e desenvolver a capacidade para pensar de forma crítico-reflexiva, a capacidade de análise, para além de uma forte ética profissional” (Raatikainen, 1989). Só desta forma “competente” é que as decisões serão norteadas para a responsabilização de quem as toma ou deixa por tomar, e das quais resultarão ganhos significativos para a comunicação. Tendo dito isto, penso que o jornalismo, pelo menos o jornalismo escrito e o ciberjornalismo, deve evidenciar, em grande parte das situações, o cunho pessoal de quem o exerce. Também por isso recorro à utopia, no sentido de melhorar e renovar o possível no sentido último da coexistência pacífica e feliz do Homem no seu planeta. Esta minha afirmação pode parecer polémica face ao mito da objectividade que ainda impera sobre o jornalismo. Daí a importância de saber como chegar a um modo de proceder a uma reflexão utópica no contexto da prática do jornalismo de ciência. Com efeito, as utopias dão-nos um mostruário de possibilidades e levam aos limites as contradições, permitindo ainda um exercício de respeito pelo outro que é o que também falta ao jornalismo e ao jornalismo de ciência.

Carl Sagan, em *O Cérebro da Broca*, escreveu:

*“A melhor maneira de evitar abusos, no que concerne ao público em geral, é sermos cientificamente competentes, compreendermos as implicações que existem nessas investigações. Em troca da liberdade de pensamento, o cientista é obrigado a prestar contas do seu trabalho. Se a ciência é considerada um sacerdócio muito fechado, demasiado difícil e secreto para o homem compreender, então os perigos do abuso são maiores. Mas se a*

*ciência é um assunto do interesse geral que preocupa todos – se tanto os seus prazeres como as suas consequências sociais se discutem regularmente nas escolas, na imprensa e ao jantar -, fizemos o melhor que podíamos na aprendizagem de como o mundo é na realidade e do que podemos fazer por ele e por nós próprios” (Sagan, 1997: 27).*

Vistas as coisas de outra forma, pode dizer-se que estas competências e este prazer de que fala Sagan relativamente à ciência estão presentes na união entre o que proporciona a utopia e os resultados do jornalismo de ciência. E isto porque a apresentação da informação, cada vez mais, deve ser contextualizada pelo que se entende por conhecimento. Como explica Murray Bookchin, a natureza é a evolução na sua totalidade, tal como o indivíduo é a sua própria biografia e não a simples edição de dados numéricos que exprimem o seu peso, altura, talvez “inteligência” e assim por diante. Por outro lado, o jornalismo de ciência é muitas vezes entendido como divulgação ou difusão da ciência ou do conhecimento científico, o que considero ser uma definição redutora e até mesmo errónea dada a insuficiência de conceitos como “difusão”. Segundo Wilson da Costa Bueno, “difusão” significa todo e qualquer processo ou recurso utilizado para a veiculação de informações científicas e tecnológicas. Já Calvo Hernando e Lara da Silva, salientam aquilo a que chamam de *função de intérprete*, que precisa o significado e o sentido dos descobrimentos básicos e de suas aplicações, especialmente aquelas que incidem mais radical e profundamente na nossa vida quotidiana: electrónica, telecomunicações, medicina, biologia, novos materiais, etc. Já para Anabela Carvalho e Rosa Cabecinhas, “uma das formas de mapeamento deste campo [da ‘comunicação de ciência’] é a identificação de arenas e actores relevantes. Assim, poderemos apontar como principais – mas não exclusivos – os seguintes: governo e organismos estatais, comunidade científica, escolas e todo o sistema educativo, museus de ciência, meios de comunicação social e indústria. A estas arenas e actores liga-se uma grande variedade de papéis sociais, de lógicas e modos de funcionamento, de discursos e de tecnologias de comunicação” (Carvalho e Cabecinhas, 2004:6). E, acrescentamos, a utopia e a identidade de cada um de nós. Por todas estas definições vemos que a divulgação de ciência é, acima de tudo, “uma prática eminentemente heterogénea, na medida em que incorpora no seu fio discursivo tanto elementos provenientes daquele que lhe serve de fonte – o discurso científico – quanto daquele que pretende atingir – o discurso jornalístico. É, portanto, no limiar entre uma e outra prática discursiva, no espaço do interdiscurso, que a actividade de divulgação científica se desenvolve” (Leibruder, 2000: 230).

O que se passa é que a atitude científica substitui o vivido pelo construído, artificializando-o. Esta atitude de substituição na nossa existência concreta tem sido feita de um modo progressivo, dentro do actual contexto de uma metafísica da representação. Aliás, vivemos contemporaneamente uma crise das competências simbólicas, e essa crise talvez seja uma das mais relevantes questões de que a comunicação se deve ocupar (Contrera, 2004: 28). Segundo Malena Contrera, “na tentativa de matar o tempo com o instantâneo absoluto da ‘comunicação global e perpétua’, tentamos devorar Cronos” (idem, 30). O que esta autora nota é que a grande preocupação do jornalismo hoje não é mais a realidade, contrariando autores que já defenderam que os “jornalistas responderiam prontamente, como define a ideologia profissional desta comunidade [a de jornalistas], que o jornalismo é a realidade” (Traquina, 2002:9), pressupondo que “o jornalismo são estórias, estórias da vida, estórias das estrelas, estórias de triunfo e de tragédia” (Traquina, 2002:10). Em primeira instância, e segundo Fernando Correia, o jornalista é o profissional que “tem por missão procurar e recolher a informação, confirmar e avaliar os dados obtidos, seleccionar os mais importantes e interessantes, tratá-los e apresentá-los de forma clara e compreensível, tendo em atenção o *media* em que trabalha e o público a que se destina, assim como a responsabilidade social e os princípios deontológicos da profissão” (Correia, 1998:32). Fernando Correia sublinha ainda que “o jornalismo não pode ser analisado apenas como fenómeno puramente comunicacional, abstraindo as suas dimensões e implicações económicas e políticas, culturais e ideológicas” (Correia, 1998:35), não podendo, pois, ser considerado uma realidade estática. Concordo com o autor, sobretudo porque me permite dizer que o jornalismo, independentemente das percepções sociológicas que da profissão se tem e sobre as quais existem vários estudos feitos nas últimas décadas do século XX, é um gerador de mentalidades e este foi sempre o pressuposto que se foi enraizando em mim à medida que tomava consciência da profissão que, feliz ou infelizmente, me coube em sorte e que me caiu como um xaile nos ombros de uma velha. É nesse pressuposto que parto para o questionamento da profissão e do seu papel na utopia das mentalidades. De facto, “o conceito de informação tem a vantagem de poder ser compreendido como um estado de espírito e, neste sentido, constitui uma ponte para a fórmula individual que existe num estado não físico, intemporal. Além disso, através da introdução do conceito de informação, abre-se a possibilidade de interpretar a fórmula individual como representações da origem espiritual no mundo” (Cornelissen, 2002:229), ideia que se encontra em muitos físicos e

biólogos. É preciso não esquecer que “les médias jouent un rôle important mais biaisé dans la diffusion des savoirs. On voudrait que la sociologie du journalisme, en tant que science, puisse aider en pointant les contraintes qui pèsent sur la communication scientifique, au dialogue entre journalistes et savants” (Champagne, 2003:86).

Segundo Malena Contrera o objecto do jornalismo não tem mais que ver com a questão do real e muito menos ainda com a questão da verdade. Diz a autora que “a actual função do jornalismo, no rastro da comunicação social como um todo, parece ter-se transformado na de divertir e entreter. Diversão e entretenimento são objectivos máximos de toda a mídia de massa que, vitrina (e viabilizadora) de toda a estética do lazer da segunda metade do século XX, ocupa-se quase exclusivamente de manter os receptores entretidos (e de torná-los consumidores)” (Contrera, 2004: 17). Os jornalistas sentem-se ainda perdidos, pois apesar de já não terem como objecto a realidade, e sim o tempo, ainda estão presos a uma herança do jornalismo moderno: a actualidade. Sobre o assunto, afirma Figueiredo, que “o jornalismo moderno se delineou sob o imperativo da atualidade, imbricado com o imperativo da novidade, uma vez que a notícia somente justificaria, nessa perspectiva, sua leitura se pudesse apresentar-se renovada em relação às ocorrências anteriores. É a lógica da surpresa, em que a novidade alimenta a necessidade de consumo” (Figueiredo, 2004: 56). Neste aspecto, o autor é apoiado por Contrera: “mergulhados num turbilhão de complexas experiências cotidianas, herdeiros todos da modernidade (e da paixão pelo esclarecimento iluminista), os jornalistas passam o tempo a se debater (muitas vezes heroicamente) em busca da informação do último instante, deixando em segundo plano questões centrais como a da selecção” (Contrera, 2004:18). Em épocas de saturação da informação, talvez a capacidade de se seleccionar adequadamente seja o mais relevante para o trabalho do jornalista. Esse é, certamente, o grande dilema actual. Toda a selecção, no entanto, se baseia em critérios que partem do campo contextual (e a ele dizem respeito) de que a informação nasce, da rede de relações de que faz parte, de onde surge e a partir da qual tece seus sentidos. Tudo isto faz parte da base de qualquer tecnologia da informação: “Quando, aparentemente, existem condições de liberdade e extraordinários meios técnicos para a expansão de qualidades determinantes para a existência de uma ‘sociedade boa’, tais como a comunicação e a cultura, são cada vez mais presentes as vozes que questionam o papel

dos *mass media* na formação de um espaço público orientado pelo que Max Weber designou de ‘racionalidade substantiva’ ou ética” (Subtil, 2006:1075).

## 2. O jornalismo de ciência como uma construção

Actualmente, o jornalismo de ciência<sup>i</sup> comunga com o conhecimento científico um dos grandes males do pensamento actual: a hiperespecialização, o sectarismo temático e o unilateralismo. Porém, o contributo da utopia para o conhecimento e para o jornalismo enquanto forma de conhecimento tem de encarar a vida “sob um prisma abrangente, num todo feito de interrelações; não como uma mistura aleatória, mas antes uma união de partes orgânicas e com uma capacidade crescente de organização cujo equilíbrio é importante manter-se – como em qualquer organismo – para promover o desenvolvimento e transcendência” (Mumford, 1922:13). A comunicação, bem como o jornalismo, são, em primeiro lugar, um território, não no sentido de um termo como sugere o dicionário, mas no sentido de ser um substrato, um espaço comum que é trilhado pela(s) mensagem(ns) e seus utilizadores, proporcionando o bom conhecimento sobre si mesmos e o que os rodeia. Por conseguinte, o jornalismo é também um processo porque funciona como uma história contínua que tem um início mais ou menos certo, mas com diferentes possibilidades de desenvolvimento e de fins. Assim, a comunicação é um empreendimento social e humano e o jornalismo um lugar fluido, em permanente construção em diversidade perante uma massa incognoscível (o grande público, que Florence Aubenas e Miguel Benasayag muito bem designaram como um dos maiores fantasmas da imprensa) que abrange diversos caprichos, tendências, gostos, necessidades, desejos, motivações, atitudes, comportamentos e utopias.

A utopia faz com que o jornalismo de ciência seja constantemente um novo discurso ou um discurso em permanente renovação. Por outras palavras, o jornalismo de ciência acaba por ser uma narrativa utópica e é essa sua característica que perfaz o maior contributo do jornalismo para a própria ciência<sup>ii</sup>. Na prática, isso significa que o jornalismo de ciência é um novo discurso, construído a partir de uma vivência, uma perspectiva crítica e, por isso, não se resume a uma mera tradução. Se essa tradução acontece com muita frequência é porque o jornalismo se tem omitido do seu papel e tem delegado em outros – normalmente, as fontes – ou mesmo renegado o seu papel. Ao invés, o jornalismo de ciência precisa pautar-se

pela pluralidade, pelo espírito crítico, e é resultado de um esforço intelectual (e também emocional). O jornalista de ciência não deve passar para as suas fontes uma responsabilidade que é sua, a de construir um discurso crítico, comprometer-se com o interesse público e o interesse público é uma utopia (no sentido de indefinível) com que o jornalista deveria trabalhar diariamente. Esta mesma opinião é partilhada por Eni Orlandi quando diz que o discurso de divulgação científica não é uma soma de discursos, mas sim uma articulação específica com efeitos particulares, que se produzem pela inunção no seu modo de circulação. Essa articulação não é uma tradução, mas sim um jogo complexo de interpretação, ou seja, existe um duplo movimento de interpretação: interpretação de uma ordem de discurso que deve, ao produzir um lugar de interpretação em outra ordem de discurso, constituir efeitos de sentidos que são próprios ao que se denomina “jornalismo científico”, o qual desencadeará novos gestos de interpretação, agora produzindo um certo efeito-leitor.

A ciência e a tecnologia não são territórios exclusivos dos especialistas, e nem devem sê-lo. A indiscutível relação entre a produção da ciência e da tecnologia e o poder económico, político e militar obrigam-nos a lutar pela democratização do conhecimento científico. No fundo, como sugere António Magalhães, as características básicas da ciência não podem permanecer como se nada tivesse acontecido na sequência e como consequência do seu próprio desenvolvimento. “Efectivamente, a própria ciência poderá reconfigurar a forma como se percepção e define a si mesma à medida que os seus princípios fundacionais são questionados. Em termos epistemológicos, este questionamento parece organizar-se em torno de diferentes representações da ciência cujos extremos são a visão positivista (...) e construtivista” (Magalhães, 2004:185).

Todavia, para que possa ser uma forma de libertação, primeiro o jornalismo de ciência tem de se libertar dele mesmo<sup>iii</sup> e da sua tendência de venerar a ciência, o que é muito notório no jornalismo de ciência que se faz em Portugal. De facto, uma análise detalhada (que não será publicada no âmbito deste artigo) a notícias de temática científica publicadas, desde o ano de 2002, em dois jornais diários generalistas portugueses – o *Diário de Notícias* e o *Público* – mostra-nos que o foco dessas notícias incide essencialmente na indicação de avanços científicos, na referência a alguns cientistas de áreas mais próximas das pessoas (como é o caso da Medicina) e nas novidades sobre as instituições científicas. Curiosamente,



estes eram também os temas privilegiados na imprensa de finais do século XIX e início do século XX (Ribeiro, 2007). Para além desta pouca variedade de foco temático, verifica-se que o jornalismo de ciência, hoje, pauta-se essencialmente por dois vectores: a celebração da ciência (muito devido à tal ideia feita de que a comunicação de ciência contribui para a democratização da ciência e do conhecimento) e o aproveitamento (sensacionalista e pouco claro) das controvérsias científicas. A mesma opinião foi expressa por Alan Irwin: “As obras sobre ciência e os seus públicos assumem um certo número de formas típicas. Destas formas, talvez a mais comum seja a tentativa do cientista (ou do jornalista de ciência) de convencer o público ou da grandeza intelectual ou da importância prática da investigação científica” (Irwin, 1998:11). Também um estudo comparativo de dois jornais impressos – o *Público* (português) e a *Folha de São Paulo* (brasileiro) realizado por Celsina Alves Favorito sobre os “retratos da ciência na perspectiva dos media” – mostra que, apesar de assuntos científicos, sobretudo os relacionados com a Biotecnologia, conquistarem cada vez mais espaço e tempo nos *media* “graças às acções dos grupos de pressão<sup>iv</sup>”, essa categoria de notícias “tem em comum a tónica sensacionalista, em especial nos títulos” mas também na selecção (*gate-keeping*) dos temas abordados; “aspectos como a educação dos consumidores acerca de possíveis riscos, do direito à rotulagem para opção de escolha, da importância da precaução enquanto as controvérsias perduram, não têm sido noticiados como seria necessário, pelo menos em Portugal e no Brasil” (Favorito, 2006: 93). Para além disto, a autora confirmou ainda na sua análise o que Francisco Belda (2004) já havia constatado em estudos sobre desvios jornalísticos no que toca a temas científicos, sobretudo nos que contribuíram para a geração de percepções públicas equivocadas sobre factores de segurança e risco associados a alimentos transgénicos. Belda constatou que “o discurso de divulgação científica tende, em muitos casos, a apoiar-se, para efeito de referência, ‘não na reconstituição de resultados já obtidos ou processos metodológicos de pesquisa, mas em torno de pessoas ou instituições’. Ressalta que o recurso a argumentos de autoridade verificado no noticiário sobre transgénicos tenha sido adoptado como forma de compensar a audiência de dados conclusivos da pesquisa” (idem). Em suma, Belda conclui que em oposição ao ideário positivista emergiu no campo jornalístico uma corrente de pensamento que parece mesclar concepções oriundas do racionalismo crítico a preocupações ecológicas, sociais e intelectuais decorrentes da probabilidade de efeitos adversos da técnica.

Mais recentemente, John Horgan, um dos mais conceituados jornalistas de ciência, fez esta análise muito simples numa entrevista que deu à edição online do *The tech*:

*“One of the problems with science journalism now is that it’s too much in the «gee whiz». It’s celebrating science, it’s trying to educate people about science, and tell them how cool it is. But while journalists can act as educators, they’ve also got to be critical, because there’s science that has troubling moral and political implications which should be pointed out. I’m worried that science journalists tend to be in the role of celebrators of science propagandists. I’d like to see more of the sophistication you get in political journalism, or even in sports journalism. Even there you get more scepticism and critical thinking about what’s going on in that realm and science is obviously a lot more important than sports”(Rosenberg, 1999).*

Duas ideias importantes no jornalismo de ciência, através das quais se aproxima da utopia, são as de equilíbrio e totalidade, atributos fundamentais para todos os indivíduos e comunidades, pois são esses atributos que, tanto no pensamento utópico como no conhecimento, nos permitem conceber uma noção de conhecimento como projecção do futuro. Contudo, no jornalismo de ciência esta noção de equilíbrio pode ser problemática na medida em que a norma jornalística do equilíbrio não tem paralelo no mundo científico, distorcendo o que é conhecido ou gerar polémicas onde elas não existem (Mooney, 2008). Isso acontece porque, mais uma vez, ciência não é democratização nem equilíbrio e o jornalismo é um discurso. Esta noção de equilíbrio na prática do jornalismo como uma das soluções apontadas pela incursão da utopia no jornalismo de ciência, permite ultrapassar a já velha questão da objectividade/subjectividade que também assola grande parte das teorias epistemológicas sobre a ciência<sup>v</sup>. Nem em Ciência, nem em jornalismo essa discussão é útil. Aliás, no início de ambas as actividades a objectividade poderia ser uma distopia para quem as exercia, mas actualmente nem na ciência, nem no jornalismo, nem no mercado alguém quer ou reclama verdadeiramente por objectividade. Na ciência, porque existe, desde logo, o processo problemático da percepção, uma vez que, como explica Cordula Hansen, “the habitual interpretation of stimuli presents the first hurdle to achieving objectivity defined as independence from the observer’s own mindset. It is also a hindrance in conceiving new possible explanations of phenomena and relating information in new ways, in other words, creative thinking” (Hansen, 2007:62). Mais uma vez, a relação entre utopia, ciência e conhecimento se torna relevante para o processo do conhecimento. Além disso, recorda Ricardo Ferreira, o conhecimento é o resultado de um acoplamento estrutural

– os estímulos externos perturbam o sistema e este reage através de processos de acomodação na génese do conhecimento. Por essa razão, o autor ressalta o facto de o conhecimento ser constituído a partir de influências e restrições tanto do objecto como do sujeito.

Tal como os cientistas, é verdade que os jornalistas se esforçam por informar objectivamente, “mas fazem-no em relação ao que subjectivamente acreditam ser importante. (...) O jornalista extrai também um ou alguns elementos do real e enuncia verdades. Mas ele comporta-se como alguém que, entre as prateleiras atravancadas de uma loja, recolhesse, cuidadosamente, as etiquetas. E, ao sair, as mostrasse dizendo: aqui está a loja. As etiquetas existem realmente, e fazem parte da loja. Mas não passa de um logro apresentá-las como representando a loja” (Aubenas e Benasayag, 2002:38), ou seja, um dos problemas do jornalismo é este predomínio da representação única. Este aspecto constitui um problema se reflectirmos no jornalismo sob um ponto de vista utópico, uma vez que a “utopia quer recriar as inúmeras perspectivas que o real possui de forma latente ou potencial, insurgindo-se contra a forma latente e potencial” (Heleno, 2000: 80). As utopias oferecem-nos imagens que ressoam em nós e podem ter, portanto, uma função heurística: a de compreender o mundo noutras dimensões. Criam, por isso, muitas variações sobre um sujeito. Para Cordula Hansen, o principal problema a ultrapassar parece ser a divisão entre o *medium* através do qual a experiência é gerada e o *medium* através do qual ela é comunicada a outros. “When experiencing an environment or a situation, many different factors are having an effect on the individual – a variety of sensory impressions, location within the environment, own mental patterns and expectations and so forth” (Hansen, 2007:63). Por outro lado, se considerarmos o resultado da actividade jornalística, em qualquer género jornalístico, um artefacto cultural<sup>vi</sup>, a interpretação deste tem de contemplar todos os aspectos que o constituem – físicos e funcionais. Torna-se também necessário adiar qualquer conclusão acerca da motivação do produtor do artefacto, abrindo espaço para a criatividade, curiosidade e intuição.

No jornalismo, por exemplo, a discussão acerca da objectividade diz respeito à oposição entre uma pragmática do saber narrativo, ligada ao mundo e uma pragmática do saber científico, com o uso predominantemente denotativo da linguagem. É a isso que João Carlos Correia designa de “dupla filiação do jornalismo”, que parece derivar até do que John Locke

havia reconhecido como a insuficiência da linguagem como *medium* de comunicação. Segundo Correia, a “narrativa é uma forma de saber, por excelência ligada ao saber tradicional. As narrativas definem os critérios de competência próprios da sociedade em que são contados; admitem dentro de si uma pluralidade de saberes e de enunciados organizados numa perspectiva de conjunto (...). O que se transmite com as narrativas é um grupo de regras narrativas que constitui o vínculo social” (Correia, 2006:63). A dupla filiação do jornalismo consiste, então, no facto de o jornalismo ser um género discursivo que oscila “entre a ambição de ‘cientificidade’ que se traduz num predomínio da linguagem denotativa e um saber mais ligado à narrativa que se reflecte na proximidade à vida quotidiana” (idem). Por outras palavras, ao mesmo tempo que evidenciou proximidade ao saber narrativo, o relato jornalístico “traz dentro de si uma ambição de veracidade que pressupõe a hegemonia do uso cognitivo da linguagem e a atribuição do monopólio desta forma de saber a instituições especializadas – os *media* informativos – e profissões adequadas – o jornalista – nas quais só o ‘especialista’ é possuidor das competências que asseguram a legitimidade dos enunciados” (idem). O problema é que, como o próprio autor nota, “procura-se fazer esquecer, de forma sistemática e persistente, que o mundo não é transparente e as palavras não correspondem às coisas” (idem).

### 3. O contributo do jornalismo de ciência para a Ciência

No prefácio do livro *A ciência: Deus ou Diabo?*, o neurobiologista Jean-Pierre Changeux lembra que o mundo da investigação científica se situa à margem da vida quotidiana e repousa sobre o dispositivo particular de desejo/pulsão de explorar a natureza, o meio ambiente, a si mesmo e aos outros, e elaborar sistemas de classificação complexos e minuciosos:

*“Nessa floresta densa e inextrincável de fatos das ciências, o que escolher? Como colocar em destaque os fatos singulares de importância maior, como escolher a idéia forte sem desnaturalizá-la, uma vez retirada de seu contexto? Os próprios pesquisadores têm dificuldade em enxergar claramente esses pontos. É demasiado exigir que o jornalista científico enxergue melhor. No entanto, ele o faz. Trata-se de uma pesada responsabilidade que é necessário reconhecer (Silva, 2003: 17)”.*

Gislene da Silva faz uma boa síntese da forma com o jornalismo de ciência contribui para a prática científica, enumerando diferentes posições. Primeiro, a posição tecnicista, segundo a qual o progresso científico e tecnológico é bom em si mesmo e diviniza a obra do cientista – e a consequente tendência a divinizar a Ciência faz com que somente a verdade científica seja admissível; inversamente, tem-se, em segundo lugar, a posição do medo, que demoniza a Ciência e se baseia na exploração dos terrores e inquietudes da espécie humana – a propensão para a diabolizar tende a considerar que, como observa na sua entrevista o biofísico Henri Atlan, tal verdade poderá conduzir a um aumento desmesurado das capacidades humanas de autodestruição; e uma terceira posição que, felizmente, promove a extensão do debate crítico interno à Ciência ao debate público sobre as relações da Ciência com a sociedade: “As mídias desempenham aí um papel decisivo com a participação de todas as linhagens do pensamento filosófico ou religioso, cada uma delas dotada de sua experiência humana do ‘bem compartilhado’, de sua sabedoria prática desenvolvida no decorrer de sua história social e cultural”, diz Changeux” (idem). A autora recorda ainda as missões que o colunista Marcelo Leite atribui ao jornalismo de ciência: primeiro, vencer a ignorância de base, com esforço para esclarecer conceitos mais basilares, principiando com células, cromossomas, mitose e meiose, que são ignorados até mesmo por intelectuais. Segundo, a ignorância sobre o que está a acontecer, uma vez que o volume de pesquisas e aplicações científicas é imenso nos dias de hoje; por fim, vencer a ignorância das implicações, investigando e expondo as consequências éticas, jurídicas, sociais, económicas e políticas do material divulgado. Neste sentido, o profissional de jornalismo científico tem a obrigação de se vacinar contra o maniqueísmo.

Para Wilson Bueno, ao tratar de informações científicas, o jornalista pisa hoje um terreno tão movediço como o da cobertura económica, quer por ter de correr à procura da informação sigilosa, quer por ter nas mãos a oferta de informações endereçadas. Não tem sido fácil, quase sempre, estabelecer a distinção entre informação e *marketing* na cobertura jornalística sobre o universo complexo da produção científica, mas o jornalista deve “convidar o leitor à reflexão, e até contrariá-lo se for o caso, buscando trazer antes conhecimento que informações fragmentadas, contaminadas por interesses mercadológicos ou comerciais” (Bueno, 2000:11). É o tipo de recomendação que serve a todo o jornalismo, mas que ganha carácter de novidade no Jornalismo Científico por ter de lidar agora com o

facto de a Ciência produzir actualmente mercadorias e não somente saber acumulado e bens a que toda a sociedade teria o direito de acesso.

Uma consequência desta situação é aquela que Eduardo Guimarães reporta no artigo “O acontecimento para a grande mídia e a divulgação científica”, no qual explora a relação entre enunciação e acontecimento, sendo este uma construção do discurso, com o objectivo de saber o que da ciência e tecnologia se apresenta como notícia. Em primeiro lugar, o autor esclarece que o acontecimento, enquanto acontecimento para os *media*, diz respeito a uma relação entre os *media* e os eventos do mundo social e político: “Enunciar na mídia inclui uma memória da mídia pela mídia. Valendo-me de conceitos formulados pela análise de discurso, posso dizer que enunciar na mídia é enunciar segundo a interdiscursividade que determina as formulações da mídia, por mais que os jornalistas possam ainda afirmar que eles se pautam pela objectividade dos acontecimentos” (Guimarães, 2001: 15). Ao estudar a forma como a ciência era notícia em três publicações de referência no Brasil – as revistas *Veja*, *IstoÉ* e *Época* – o autor verificou que o mais frequente é que o acontecimento se constitua enquanto acontecimento de ciência noticiável, ou seja, “os acontecimentos do desenvolvimento científico e tecnológico são notícia enquanto relacionados, predominantemente, aos cuidados com a vida humana e na medida em que aparecem como desenvolvimento tecnológico. Em outras palavras, o conhecimento não é notícia para a grande imprensa, não é acontecimento para a grande imprensa” (idem). Além disso, a ciência entra como parte dos acontecimentos que cabem nestas notícias e não como conhecimento. A cena da enunciação científica na enunciação jornalística é uma cena entre outras da notícia. Isto vai ao encontro do que eu própria já concluí com a minha prática do jornalismo de ciência e cujas consequências passam, como já disse no início deste trabalho, por uma veneração da ciência-espectáculo ou da ciência como ideologia (como diria Richard Lewontin no livro *Biologia como ideologia*), pelo recurso a fontes viciadas, pela noticição apenas da ciência institucionalizada, entre outras razões. Constata-se, assim, que há um apagamento dos percursos de produção de conhecimento, colocando a ciência como um lugar que pudesse dar respostas presentes para problemas presentes, bastando, para isso, mobilizar a ciência. Na entrevista a Jorge Vieira, o cientista defende que comunicação de ciência passa essencialmente por transmitir as ferramentas da ciência, ou seja os processos, porque isso ainda vai sendo o mais fiável que a ciência tem.

Por outro lado, a produção científica acontece num espaço polémico de interlocução. Como diz Bruno Latour, quando nos aproximamos dos lugares onde são criados factos [científicos] e máquinas, entramos no meio das controvérsias. Ainda segundo Latour, o leitor de um artigo científico pode ser considerado um leitor discordante. Tendo em conta esse leitor, o artigo é construído e o discurso científico é nele textualizado, antecipando-se às possíveis críticas desse leitor discordante. Há um efeito-leitor particular nessa textualidade. Um efeito-leitor (conceito criado por Eni Orlandi) construído historicamente com a institucionalização da ciência.

Já para Henrique César da Silva, a divulgação científica é o reflexo de um modo de produção de conhecimento restringido e, conseqüentemente, da constituição de um efeito-leitor específico relacionado com a institucionalização, profissionalização e legitimação da ciência moderna. Esse efeito-leitor opõe produtores e usuários/consumidores criando a figura do divulgador, que viria, imaginariamente, restabelecer a cisão e minimizar a tensão instaurada ao longo da história no tecido social da modernidade. Essa cisão não é mantida sem tensão, ou seja, sem a (re)produção tensa de um imaginário que a mantém. É nesse imaginário que trabalha a divulgação científica. O papel de imaginário (aludindo a Jacques Wunenburger) na divulgação científica deve emergir também da própria criatividade na ciência e na utopia. Por outras palavras, creio que o imaginário, a criatividade e a utopia têm de ser eixos condutores: primeiro no processo de *gate-keeping* relativamente aos assuntos a tratar e, em segundo, derivado do contributo que a comunicação de ciência pode e deve dar para a sociedade ao nível da organização do próprio eu, ou seja, da nossa identidade.

#### **4. Jornalismo de ciência e a transformação de identidade(s)**

Uma das hipóteses que norteia este trabalho sugere que a identidade do leitor (e também do autor da peça jornalística) deve estar, utopicamente, subjacente à prática do jornalismo de ciência. Por outro lado, como notam Maria Florentina Camerini e Solange Souza, com os *media* e, em particular, com os novos *media* surge uma série de inquietações ligadas à formação de padrões identitários que são estabelecidos pelo modo como interagimos com as imagens técnicas e criamos narrativas pautadas na interlocução com a experiência virtual.

Isto acontece porque os *media* são um canal que cria estereótipos culturais, mas também que permite uma outra visibilidade das próprias contradições sociais veiculadas pelos estereótipos. A preocupação deve estar na construção de uma leitura crítica. Por outras palavras, a visibilidade do sujeito em relação ao seu lugar espacial no mundo e a tomada de consciência em relação a si próprio são determinadas pelo olhar e pela linguagem do outro. O outro ocupa o lugar de revelação daquilo que desconheço em mim.

Com efeito, o aparecimento dos *media* e de outros dispositivos tecnológicos tornam inevitável uma reflexão sobre a identidade que inclua o aspecto tecnológico. Recorde-se que, segundo o paradigma CASA, há uma tendência, que é mais ou menos activada automatizada, para antropomorfizar os computadores (Lee, 2010). Joana Folgado Lessa conclui que a mediação tecnológica da comunicação entre indivíduos é causa de alteração de diversos conceitos e práticas: desde o modo como se entende o corpo e a comunicação ao tipo de comunicação que se põe em prática. Isso acontece porque, segundo a autora, a tecnologia existe enquanto veículo da representação, designadamente da representação da identidade dos indivíduos que comunicam através dela. A autora não adopta uma postura pessimista em relação ao papel da tecnologia, antes perfilha uma visão útil da identidade composta por uma tríade de conceitos: emoção, corpo e tecnologia. A relação entre estes conceitos origina uma nova forma de entender o homem e a sua identidade: primeiro, ao perspectivar a interacção do homem com a dimensão tecnológica, no sentido da concepção de interfaces “naturais” e, segundo, salientando o aspecto emocional do homem, enquanto veículo fundamental para melhorar e promover formas de comunicação mais expressivas. Concordamos com este segundo aspecto e não tanto com o primeiro, já que não considero que o papel da tecnologia na identidade deva privilegiar o desenvolvimento de novas interfaces que auxiliem na revelação da identidade do indivíduo; os dispositivos que temos até hoje parecem-me já demonstrativos de que isso é insuficiente e, em certa medida, ineficiente, se pensarmos que essas interfaces tecnológicas apresentam sempre igual número de desvantagens e de benefícios. Para além disso, “se se fizer um esforço para ler a realidade comunicacional actual como se de um palimpsesto se tratasse, ou seja, tentando ver quais são os ‘textos’ que estão por detrás do discurso actual sobre a Internet, encontrar-se-á como conceitos fundamentais, os conceitos de comunicação, comunidade e rede (Oliveira, 2002: 18). Isto significa que “estar no mundo implica a elaboração de um projecto



existencial que será cada vez mais tecido pela relação interactiva com o global, em que o eu se manifesta como elemento do colectivo global e o colectivo global como motor de promoção do eu (idem, 19). O que se passa é que, como nota Lídia Oliveira, a subjectividade e a inter-subjectividade desenvolvem-se num novo contexto, no qual se afirma a dinâmica da interactividade em e na rede, onde esse contexto é ampliado. Há, portanto, uma relação circular: nós produzimos técnicas que nos produzem. Como afirma Oliveira, “os *media* usam e recriam as linguagens, as relações entre os indivíduos, o imaginário, a racionalidade, a identidade, etc. A rede intersubjectiva gera mapas sócio-cognitivos que estão na base do desenho de identidades e estilos de vida que são o quadro interpretativo de novas vinculações materiais e simbólicas” (idem, 30).

Argumentamos que a tecnologia, nomeadamente através da computação afectiva e outras áreas, não torna necessariamente o utilizador mais capaz, consciente e informado. O facto de poupar tempo, otimizar esforços, simular experiências ou qualquer outra possibilidade derivada do facto de o computador (ou outra tecnologia) se tornar uma prótese do ser humano, ou seja, uma sua extensão natural, muda os seus hábitos, rotinas, comportamentos e atitudes, mas não transforma necessariamente as experiências em conhecimento, não proporciona, na maior parte dos casos, uma transformação espiritual e interior do indivíduo. Isto porque a relação com a tecnologia é uma relação de compensações e de descompensações. Um exemplo ilustrativo será a forma como a multimédia tem sido usada nos últimos anos, limitando-se a ser uma sobreposição ou adição anódina de ficheiros de diferentes formatos, mas sem qualquer valor acrescentado em termos de informação, conhecimento ou interacção.

Por outro lado, se considerarmos o conceito avançado pelo arqueólogo Ian Russell, de “humedia”, ou seja, dos humanos como *media*, imersos na tarefa de auto-descoberta, revelação e compreensão, a visão da tecnologia como reveladora da identidade do indivíduo deixa de fazer sentido. Segundo o autor, se percepcionarmos o ser humano como sendo um *media*, deixa de ser necessário distinguir as funções materiais e as funções comunicativas num organismo humano, bem como aquelas da mente humana. Para Russell, quase que poderíamos definir o humano como sendo ele próprio multimédia, mas o autor considera o termo multimédia redundante, pois *media*, por si só, já é algo plural e o ser humano não é redutível a nenhum tipo de *medium*. Russell acrescenta ainda que assumir o nosso lugar

num mundo partilhado, enquanto *media*, é ter consciência da nossa participação e responsabilidade conjuntas pela emoção e pelo sentimento.

Em suma, podemos encarar o conceito de identidade na sua dimensão de tratamento relacional, na de prescrição de identidades por outros e na dimensão do conceito de identificação (muito importante, por exemplo, na decisão do leitor quanto à peça jornalística que vai ler, ouvir ou visualizar). O mesmo é dizer que, no campo dos estudos da comunicação e identidade, esta é entendida como um projecto do “eu”, como um produto social, como um produto inacabado do discurso e como o resultado de uma interacção. Interagir, por seu lado, pressupõe identificar e identificar-se; é, portanto, uma condição de inclusão. Deste ponto de vista, identidade é um discurso singular imprescindível para nós e para os outros ou um relato habitual que, por definir, discrimina e integra.

Considerando uma das perguntas de partida para este trabalho – a de saber como se manifesta esta relação entre jornalismo e identidade e se o jornalismo de ciência pode (trans)formar a identidade<sup>vii</sup> de quem o pratica e de quem o recebe – será útil agrupar essas manifestações/ relações nas seguintes vertentes:

**1) Narrativa enquanto ordenação simbólica de relação com o mesmo e com o outro:** O jornalismo de ciência é uma narrativa utópica sempre em construção, ou seja, é um discurso fluido que também incide sobre a identidade, na medida em que

*“revela o campo de um combate por uma ordenação simbólica específica. O que se decide nesta luta é quem tem o poder de definir a identidade e o poder de impor a representação feita. Porque os discursos da identidade são classificações práticas (isto é, di/visões do mundo social), e nesse sentido estão subordinados a funções práticas e orientados para a produção de efeitos sociais” (Martins, 1996).*

Se é verdade que o simbólico ordena a realidade, fá-lo também por intermédio da realidade (por exemplo, as notícias concentram possibilidades de conhecimento de imagens que derivam da ascensão do signo à imagem, nas acepções de Bachelard e de Breton). Para Heidrun Olinto, hoje as novas práticas literárias (e também científicas, mediáticas e tecnológicas), fundadas sobre territórios flexíveis, sem margem, de fronteiras negociáveis, privilegiam estatutos do impuro, do bastardo, do mutante porque as experiências de

separação, de desenraizamento e metamorfose transformaram-se em metáfora válida para os indivíduos contemporâneos que as vivenciam na sua experiência quotidiana do mundo.

**2) Multimedialidade.** Mais do que a junção ou adição de diferentes formatos (áudio, vídeo, imagem e texto), como ainda é maioritariamente entendida a multimédia, esta é, sobretudo, a interacção de sentidos que permite estabelecer relações de coexistência. Joana Folgado Lessa considera importante “perspectivar a tecnologia enquanto contributo de algo valioso no contexto social, interferindo positivamente para a promoção de soluções comunicativas e para a motivação do contacto entre indivíduos, e revelar, através dela, a identidade de um sujeito”. (Lessa, 2005:75). A mesma autora afirma que o recurso ao multimédia se estabeleceu enquanto veículo óptimo para transmitir conteúdos afectivos, permitindo explorar aspectos expressivos e não verbais na comunicação, através das dimensões gráficas, sonoras e de reactividade (interactividade involuntária). A autora imaginou que, a partir das emoções e da sua representação através de uma expressão artística de design multifacetada, ou seja, a multimédia se concebesse a comunicação sem diálogo, com vista a ultrapassar algumas barreiras da comunicação (na linguagem oral e gestual), experimentando outras formas de veicular informação com carga emotiva. Outro autor que explorou esta relação entre a usabilidade pura e dura do design foi Donald Norman, para quem a interacção se desenvolve ao longo do tempo, mas também através das disciplinas da interacção Homem-máquina, da Biologia, da Psicologia e da Neurologia. Norman propõe um design como cruzamento de três níveis de experiência psíquica – visceral, comportamental e reflectido – e dois momentos – o “agora” visceral e comportamental e o “duradouro” do nível reflectido de experienciação. O autor reforça esta ideia com a noção de que as relações que estabelecemos com os objectos definem a nossa identidade e auto-imagem (experiência já reflectida), de que a usabilidade se esgota no *design comportamental* e de que a esteticidade do objecto faz parte da apreciação visceral que dele fazemos na medida da nossa biologia, do gestaltismo. Não é, pois, por acaso que uma das encarnações do lugar antropológico de Marc Augé se encontra numa das traduções de “lugar” para inglês – *site*. O *site*, tal com o encontramos na *web*, é um espaço antropológico. O digital é na sua génese um equipamento de arquitectura cénica, muito antes de Brenda Laurel ou Overbeeke. Laurel acrescenta, porém, que o multimédia é a forma como sistematiza o computador enquanto encenação. A autora segue uma direcção semelhante ao “actual” e “real” de Pierre Lévy e

fala-nos de frequência, alcance e significado, o que faz do receptor da mensagem multimédia um potencial actor.

Hélder Bastos não tem dúvidas em caracterizar o paradigma actual dos meios de comunicação com os seguintes conceitos: convergência, multimédia, interactividade, redes sociais, imediatez, virtualização, mercantilização, concentração, o que são consequências da crescente incursão da tecnologia no jornalismo. No entanto, ressalva o autor, o erro mais comum na avaliação das influências das novas tecnologias na sociedade é o de se acreditar que essa influência é uniforme e generalizada, isto é, que toda a gente é influenciada da mesma maneira, que todos lidam com as novas tecnologias do mesmo modo e que estas estão ao alcance de qualquer um (Bastos, 2008). Isto vai ao encontro do termo de Manuel Castells - a metáfora da rede – a qual faz hoje parte “de uma utopia da comunicação que é, na realidade, uma utopia de comunidade” que se metamorfoseia em “comunicação sem utopia, ou seja, manifestamente a um simulacro de comunidade” (Martins, 2004:5).

Curiosamente, a multimédia, apesar de ser considerada uma das características básicas do novo paradigma da comunicação, já tem um equivalente desde o século XVII: a imagem. Na mandala da divulgação científica de Paul Caro, a componente da imagem está na rota do espectáculo, na qual o autor insere a divulgação científica distinguindo-a de outros mecanismos (como a educação científica) pela velocidade com que uma descoberta é consumida: “Na verdade, quase todas as grandes descobertas fundamentais foram imediatamente vulgarizadas desta maneira” (Caro, 1995:34). O espectáculo, explica o autor, é o que transita pelos *media* em direcção ao público:

*“Assim, a rota do espectáculo é, em parte, a ciência na actualidade, a ciência como matéria-prima potencial da actualidade. Num movimento de vaivém vão, pois, bisbilhotar ao coração da mandala todos quantos precisam de alimentar os vectores da comunicação que consomem actualidade para serem, na sua especialidade, lidos, olhados, aplaudidos. A rota é tomada pela corte de jornalistas científicos” (idem, 35).*

Crítico e actual, o autor continua:

*“A ciência é, portanto, um ingrediente da ‘comunicação toda’ e como a regra é pintar constantemente de novo cada vidraça da janela mediática, a ciência deve fornecer a todo o custo a sua parte de novidades. Daí a constante exploração e a repetição infinita das variantes de um número*

*limitado de assuntos julgados «com interesse» e não demasiado técnicos (...). O público não compreende tudo o que lê, flutua um pouco sobre as palavras difíceis, mas a sua presença num jornal vulgar tranquiliza-o (...) Reside nisso o papel fundamental da rota do espectáculo: deixar impressões, imagens fluidas”. (idem, 36-37).*

Paul Caro descreve com propriedade o que se passa hoje na comunicação de ciência. Se não concordasse com ele, aliás, não procuraria uma alternativa, ainda que utópica. E é por isso que, perante este cenário, a missão do jornalismo de ciência já não é apenas informar, formar e entreter (os três mandamentos clássicos do jornalismo), mas sim o de construir e (trans)formar. Para isso, é necessário assumir a falta de utopismo na comunicação de ciência, onde existem muitas utopias cristalizadas que se confundem com ideologias e algumas quimeras que conduzem a várias confusões.

**3) Transferência e (trans) formação de valores:** Diz-nos Michael Poole que os valores implicam vulgarmente a capacidade de pensar, sentir e querer. Os princípios de valor são, algumas vezes, identificados por regras ou obrigações. O elemento de obrigação não é desviado se optarmos por não tomar decisões. É possível sermos obrigados a “ficar de braços cruzados”, uma imposição que se reflecte na disposição de tomar decisões. Paralelamente, o conteúdo da ciência, bem como a sua natureza, é penetrado por princípios e valores. O grau de envolvimento dos princípios e valores varia de acordo com a ciência a que diz respeito. No ensino, defende o autor, o desenvolvimento espiritual está relacionado com um aspecto da vida íntima através do qual os alunos conseguem interiorizar a sua existência pessoal, colhendo valores permanentes desse acto. O desenvolvimento espiritual (e espiritual aqui não é sinónimo de religioso) caracteriza-se pela reflexão, pela atribuição de significado à experiência, pela valorização de uma dimensão imaterial atribuída à vida, e pelas intimações de uma realidade permanente. O mesmo é válido para a comunicação de ciência, pois esta tem um papel a desempenhar na promoção do desenvolvimento espiritual e moral, atendendo ao reconhecimento das inconveniências da visão imperialista da ciência.

Segundo Turkle, o contacto com a tecnologia e os paradigmas tecnológicos actuais tem produzido uma espécie de transferência de valores e características; os homens analisam o seu modo de funcionamento à semelhança do das máquinas e encaram as máquinas (cada vez mais complexas) como seres semelhantes a si, desenvolvendo laços de afecto (note-se, por exemplo, os vários estudos sobre a relação entre jovens e telemóveis). As reflexões de

Turkle levam a concluir que estes três aspectos estão intimamente interligados e que modificações ao nível da comunicação entre indivíduos, através da mediação tecnológica, produzem novas e diversificadas representações dos indivíduos tanto para os outros como para si mesmo (ao nível da construção mental sobre a sua própria representação). Como as representações para o exterior são produto de representações e auto-representações mentais, o modo como se pensa a identidade é responsável pela organização das valências comunicação e representação. Assim, a autora começa por afirmar que o computador é mais do que uma ferramenta e espelho do utilizador, sendo antes uma *interface* que permite a passagem para um espaço de existências virtuais.

Posto isto, os novos dispositivos tecnológicos que também são usados pelos *media* e no jornalismo de ciência levantam as seguintes questões: o que pode definir o ser humano hoje? Como se pode apresentar e transformar a identidade do homem contemporâneo hoje? Para Joana Folgado Lessa, a tecnologia está presente enquanto veículo da representação, designadamente da representação da identidade dos indivíduos que comunicam através dela:

*“A visão útil de identidade é composta por uma tríade de conceitos: emoções, corpo e tecnologia. Considera-se que da relação entre eles surge uma nova forma de entender o homem e a sua identidade: 1) perspectivando a interacção do homem com a dimensão tecnológica, no sentido da concepção de interfaces naturais e de sistemas de computação efectivamente personalizados; 2) salientando o aspecto afectivo ou emocional do homem, enquanto veículo fundamental para melhorar e promover formas de comunicação mais expressivas” (Lessa, 2005).*

A perspectiva de Joana Folgado Lessa é interessante sob o ponto de vista da computação afectiva e do *design* interactivo, mas para o propósito do jornalismo, não sendo este uma forma de comunicação entre duas pessoas, é insuficiente, sobretudo porque não aborda a comunicação do eu e dos seus efeitos.

**4) Comunicação do «eu»:** O discurso no jornalismo de ciência é, entre outras coisas, uma interacção entre quem produz a mensagem (que tanto pode ser o jornalista, como o leitor de acordo com todas as tendências dos *new media* em que há uma dissolução do papel tradicional de jornalista e de leitor), quem a vai receber e a sociedade (esta última pelo efeito de amplificação de que qualquer peça jornalística pode ser alvo, sobretudo por

intermédio de outros *media*). Esta interacção objectiva-se numa estrutura narrativa em que a consciência do eu é a interpretação da própria trajectória que encontra no relato, entre outros signos e símbolos, uma mediação privilegiada. Desta forma, ao integrar as manifestações subjectivas na prática e discursos do jornalismo de ciência apelamos para a existência de um saber prático, ou seja, para as disposições estruturadas pelo meio, geradoras de comportamentos e expectativas. O relato narrativo define-nos para nós mesmos e para os outros, o que significa que a narrativa identitária, como todo o discurso, se encontra em circulação (ou seja, em comunicação). A identidade é, pois, o resultado sempre provisório de um diálogo entre o social e o sujeito, entre as múltiplas representações enunciadas sobre esse último e a forma, sempre criativa e singular, pela qual as rearticula. E como diz Clóvis Filho, “a crença no eu é a primeira dentre as ilusões sociais. Condição de tantas outras. Condição de existência. Por isso, a mais incorporada. Inquestionável. E o eu é representável”. Diz o autor:

*“O mundo encontrado produz efeito. Transforma. Os afectos, como os desejos, interpretam a transformação. Estão em fluxo. Desejos sobrepostos. As coisas no mundo valem na medida em que os satisfazem. Valores sobrepostos. Mudam-se os desejos, mudam-se os valores. O mundo nos afecta, nos oferece o desejado e, por isso, passa a ter um valor. Um valor singular, como é singular nossa trajectória nele” (Filho, Lopes e Issler, 2005: 28).*

Neste sentido, a identidade produz valor e é esse valor que o jornalismo pode não só transmitir, mas também criar numa espécie de ciclo vicioso que se pode descrever assim: o valor singular dos afectos é potenciado pela comunicação; a identidade é inseparável do valor; a identificação do eu confunde-se com a identificação do mundo e a existência discriminada do indivíduo é condição e efeito da reflexão axiológica, isto é, da atribuição de valor.

Ao promover a comunicação do eu, numa teia de vários “eus”, o jornalismo de ciência participa na comunicação entre o mundo e a consciência. As actividades de consciência não manifestada constituem comunicação intrapessoal, a qual, de acordo com a visão sobre o jornalismo de ciência que se defende nesta artigo, é promovida por um discurso, sempre simbólico, mas com efeitos pragmáticos, inclusive sobre a própria noção de ciência. Assim, o jornalismo de ciência passaria a apelar para a existência de um saber prático, ou seja,

disposições estruturadas pelo meio, geradoras de comportamentos, expectativas, atitudes e valores.

Por outro lado, argumentamos que o jornalismo de ciência transforma identidades quando consegue fazer-nos sentir. Esta capacidade de fazer sentir (que conduza, posteriormente, ao agir como efeito do conhecimento produzido) é implícita ao contributo da utopia para o jornalismo de ciência, pois promove uma mudança profunda ao ponto de investir não só nos conteúdos, mas também nas condições de experiência, ou seja, no âmbito do sentir. Este campo do sentir não muda apenas o objecto, mas o modo, a qualidade, a forma de sensibilidade e de afectividade. No fundo, esta dimensão do sentir aplicada ao exercício do jornalismo de ciência pretende recuperar uma relação privilegiada não apenas com a estética ou com o campo estratégico do cognitivo, mas também com o de sentir. Esta questão não será explorada neste artigo por não caber no âmbito do mesmo.

**5) Um perfil de jornalista em construção.** Como nota Xosé Lopez, a evolução da indústria da comunicação originou não só novas formas de produção, mas também alterações nos novos perfis profissionais para os jornalistas. Para o autor, a profissionalização do jornalista permitiu avanços para uma informação de qualidade, mas foi incapaz de colmatar as muitas carências e debilidades das condições para a prática profissional, pois as conquistas para os jornalistas foram muito desiguais. Um dos desafios para o jornalismo, sobretudo para o ciberjornalista, é estar mais atento às propostas dos cidadãos. Também Joaquim Fidalgo considera que, num contexto social em permanente e acelerada mutação, novas questões se juntaram a controvérsias antigas, o que, por um lado, tornou ainda mais problemática a delimitação de um espaço e um modo próprios para a actividade profissional dos jornalistas e, por outro, trouxe uma mais premente necessidade de trabalhar no sentido dessa delimitação para contrariar o risco crescente de diluição da actividade (Fidalgo, 2008:166). Se, depois de uma lógica de periodização, estamos hoje numa lógica de fluxo e de rede, a abordagem utópica ao jornalismo e, em particular ao jornalismo de ciência, pode e deve munir os jornalistas de instrumentos que lhe permitam lidar com a crescente pressão económica, pois as pressões não têm de ser feitas apenas de cima para baixo, mas também de baixo para cima (por exemplo, os jornalistas têm de aprender a dizer mais “não”, mas não pode ser apenas um, têm de ser todos). Isto faz sentido perante os novos desafios éticos que se colocam, segundo Joaquim Fidalgo, ao nível do grupo profissional dos jornalistas, ao nível



das empresas jornalísticas e ao nível da relação com os públicos. Além disso, essa abordagem utópica é a única que pode, com efectividade, ajudar a uma nova especificidade da profissão do jornalista que não passará tanto pela revelação de notícias, mas mais pela “interpretação, enquadramento e contextualização dessas notícias, bem como a um novo serviço de sinalização e certificação” (Fidalgo, 2008:178). É ao nível dessas componentes do discurso jornalístico – **interpretação, enquadramento e contextualização** – que a abordagem utópica de trabalho no sentido do conhecimento (e não apenas da informação) e do aperfeiçoamento espiritual pode ser útil ao jornalismo de ciência e à transformação da identidade dos intervenientes, na medida em que é dessa abordagem que dependem os pressupostos com os quais abordamos um assunto ou um acontecimento. E, se como diz Ricardo Nunes, a notícia é o novo ingrediente da economia digital, e a notícia digital conjuga várias temporalidades – passado, presente, futuro e tempo permanente - , é inegável que existe uma vertente narrativa, social, filosófica e espiritual da utopia na ciência e no discurso da divulgação da ciência; narrativa enquanto discurso ético e social pelo seu poder transformador, filosófico pelo papel da ética, da imaginação, do prazer e espiritual pela necessidade de trabalhar com a complexidade da evolução do ser humano. O discurso do jornalismo de ciência, ao ser um discurso sobre o conhecimento, ajuda a uma sistematização necessária das manifestações do espírito humano. É assim que o jornalismo de ciência, segundo a abordagem utópica aqui proposta, se pode tornar um modo de conhecimento, uma vez que ajuda a arrancar o homem às incertezas do saber e à confusa avaliação do que é o bem para evitar que continue a dar passos em falso, contribuindo também para a demanda pela perfeição do conhecimento:

*“Essa demanda de perfeição tem no conhecimento o seu ponto de partida de duas maneiras. Primeiro, enquanto pelo conhecimento se pode distinguir a hierarquia dos bens, remetendo os bens percíveis para a zona das coisas, vãs e fúteis e discernindo o que pode ser bem verdadeiro e bem supremo. Em segundo lugar, porque a primeira perfeição a conquistar é, afinal a perfeição, do conhecimento, isto é, o conhecimento verdadeiro, adequado e certo. Ora essa perfeição do conhecimento só é dada pelo quarto modo, i.e, pelo conhecimento das essências” (Abreu, 1993: 135).*

Nesse sentido, o jornalismo de ciência precisa de alcançar mais do que as três dimensões sugeridas por Maria Manuel Jorge quando definiu as modalidades de explicação nas ciências. Essas dimensões do acto epistemológico seriam: 1) explicação simbólica (necessidade de

inteligibilidade global, ou seja, sentido); 2) explicação operacional (modelos matemáticos e aspectos técnicos); 3) explicação simbólica (necessidade de comunicação/divulgação/aplicação). Segundo a autora, a explicação simbólica (aquela que caberia ao jornalismo de ciência) é aquela que busca a significação, compatibilizando a linguagem científica com a natural (Jorge, 2001:124).

## 5. Conclusão

Numa lógica de fluxo e de rede como a que vivemos, o jornalismo de ciência deve superar as suas dimensões de explicação simbólica, operacional, contemplando ainda as dimensões da criatividade, das emoções, da evolução espiritual e do conhecimento. É essa utopia, com aplicação num novo território profissional do jornalismo de ciência, que se propôs neste artigo no sentido de um novo estilo de informação – um estilo híbrido, criativo, plural e que consiga evitar a exploração política e mediática de uma ciência baseada unicamente no risco e na probabilidade. O desafio colocado pela utopia identifica os problemas sociais e capta as tendências e alternativas existentes que podem ser potencializadas e efectivadas mediante a acção humana. Sendo a comunicação uma forma de conhecimento ao ser uma ferramenta de equilíbrio de identidades, emoções, tipos de conhecimento, memórias, histórias, espíritos, individualidades, linguagens, sentimentos, valores, crenças e consciências, precisa de conquistar o valor da utopia. No que toca ao jornalismo, e ao jornalismo de ciência em particular, esta abordagem utópica deve estar presente nos vários níveis do processo jornalístico: na estrutura de uma organização jornalística, na configuração de um novo território profissional, num novo tipo de informação, numa outra relação com as fontes e numa outra linguagem. A abordagem utópica ao jornalismo de ciência, precisa de ser acompanhada por um novo paradigma de ciência que não limite a actividade do jornalismo às vertentes operacional e funcional da ciência. Na relação entre utopia e jornalismo, conclui-se que a utopia é um elemento auto-renovador do jornalismo, pois faz com que este seja um discurso em permanente renovação, ou seja, uma narrativa utópica. Enquanto elemento renovador, a utopia também introduz a vertente de questionamento (utópico) no exercício do jornalismo, ultrapassando, pois, as ambiguidades de éticas e deontologias da profissão. Esta superação da ética e da deontologia permitem ao jornalismo a passagem para a contemporaneidade, a qual é aqui vista como mediadora entre passado e

futuro, ou seja, potenciadora da memória. É por aí que passa o papel do jornalista de ciência, conjugando um papel de projectista, modelador, pensador sistémico, sobretudo quando conjuga as vertentes da comunicação do «eu», pois promove o desenvolvimento pelo amor ao conhecimento e a transformação de valores e identidades.

## 6. Referências bibliográficas

---

ABREU, Luís Machado de (1993), *Spinoza – a utopia da razão*. Vega

AUBENAS, Florence e Benasayag, Miguel (2002), *A fabricação da informação – os jornalistas e a ideologia da comunicação*. 1ª edição, Campo das Letras, Porto.

CARVALHO, A. e Cabecinhas, R. (2004) “Comunicação da ciência: perspectivas e desafios”, *Comunicação e Sociedade* 6, pp. 5-10, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, Braga e Campo das Letras, Porto.

CHAMPAGNE, Patrick (2003), *Les Médias et la transmission des savoirs savants*, in Cruzamento de sabers, aprendizagens sustentáveis. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.

CONTRERA, Malena Segura, Figueiredo, Rosali Rossi, Reinert, Leila (2004), *Jornalismo e Realidade*, Editora Mackenzie, São Paulo.

CORREIA, Fernando (1998), *Os jornalistas e as notícias*, Editorial Caminho, Lisboa.

FIDALGO, Joaquim (2008), *O jornalista em construção*, Porto Editora, Porto.

GLEICK, James (1999), *Cada vez mais rápido*, Temas e Debates, Lisboa.

GUIMARÃES, Eduardo (org.) (2001), *Produção e circulação do conhecimento – Estado, mídia, sociedade*, Editora Pontes, São Paulo.

HELENO, José Manuel (2000). *O lugar da utopia*, Fim de Século, Lisboa.

INGOLD, Timothy (2000), *The perception of the environment*, Routledge, London.

IRWIN, Alan (1995), *Ciência Cidadã – um estudo das pessoas especialização e desenvolvimento sustentável*, Instituto Piaget, Lisboa.

JORGE, Maria Manuel Araújo (2001), *As ciências e nós*. Instituto Piaget, Lisboa.

JORGE, Vítor Oliveira, Thomas, Julian (eds) (2007), “Overcoming the modern invention of material culture”. *Journal of Iberian archaeology*, ADECAP, Porto.

- LEE, Eun-Ju (2010), “What Triggers Social Responses to Flattering Computers? Experimental Tests of Anthropomorphism and Mindlessness Explanations”, *Communication Research*, vol. 37, Nº2, 191-214.
- LEIBRUDER, Ana Paula (2000). O discurso de divulgação científica. In: Brandão, Helena Nagamine. *Gêneros do discurso na escola: mito, conto, cordel, discurso político, divulgação científica*. Cortez, São Paulo. Coleção Aprender e Ensinar com Textos, v. 5.
- LESSA, Joana Folgado (2005). *A mediação tecnológica na revelação da identidade humana*. Tese de mestrado na Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto. 175 pp.
- LOPES, Luiz Paulo, Bastos, Liliana (2002), *Identidades – recortes multi e interdisciplinares*. Mercado Letras CNPQ.
- LOPEZ, Xosé (2007), “Ideas para revitalizar o jornalismo diante do novo escenario da sociedade da información”. *Observatório Journal*. Nº1, (087-098).
- MAGALHÃES, António M. (2004), *A identidade do ensino superior – política, conhecimento e educação numa época de transição*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.
- MANNHEIM, Karl (1979). *Ideology & Utopia*, Routledge & Kegan Paul, London/Henley.
- MARTINS, Moisés Lemos (1996), *Para uma inversa navegação – O discurso da identidade*, Edições Afrontamento, Porto.
- MOONEY H & EHRLICH P, (1999). *Ecologists, advocacy and public policy* [comentário a Wagner 1999]. Disponível em: <http://www.nceas.ucsb.edu/nceas-web/projects/resources/ecoessay/wagner/rev1.html>.
- MUMFORD, Lewis (2007), *História das utopias*, Antígona, Lisboa.
- OLIVEIRA, Lídia (2002). *Implicações cognitivas e sociais da globalização das redes e serviços telemáticos*. Tese de doutoramento em Ciências e Tecnologias da Comunicação da Universidade de Aveiro. 458 pp.
- PERNIOLA, Mario (1993), *Do sentir*, Editorial Presença, Lisboa.
- PESSIS-PASTERNAK, Guitta (2001). *A ciência: deus ou o diabo?*, UNESP, São Paulo.
- POOLE, Michael (1995). *Princípios e valores na educação científica*, Instituto Piaget, Lisboa.
- RIBEIRO, Filipa M. (2007) “Quando o conhecimento é um produto. Agentes transdisciplinares de mobilização do Conhecimento. Um estudo de caso”, *Obercom- Research and knowledge in Communication*. Nº 2.
- RIBEIRO, Filipa M. (2008). “Ciência Finissecular: a emergência para uma nova literacia numa nova cidadania -A ciência na Ilustração Portuguesa e na Revista Occidente no último quartel do século XIX”. *Actas das III Jornadas Internacionais de Jornalismo*. Universidade Fernando Pessoa, Porto.

ROSENBERG, Joel. (1999, 4 de Junho). The end of science?. *The Tech*, vol. 119, issue 27. Disponível em: [http://www-tech.mit.edu/V119/N27/horgan\\_intervie.27f.html](http://www-tech.mit.edu/V119/N27/horgan_intervie.27f.html).

SAGAN, Carl (1997), *O cérebro da broca*. 3ª edição, Gradiva, Lisboa

SILVA, Gislene (2003). “A prática do jornalismo e o universo das ciências”. Actas do XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação. Minas Gerais.

SUBTIL, Filipa (2006). A comunicação entre utopia e a tecnocracia: para uma fundamentação teórica das tecnologias da informação. *Análise Social*. 181: 1075-1093.

TURKLE, Sherry (1995). *A vida no ecrã: a identidade na era da Internet*, Relógio d'Água, Lisboa.

WEBER, Max. *A Ciência como profissão*. Edições Universitárias Lusófonas, Lisboa.

WEIGOLD, Michael F. (2007). “Science Journalism”. *Science Communication*. Vol.23, 2: 164-193.

---

<sup>i</sup> Tem sido muito comum imaginar que o jornalismo de ciência está restrito às ciências tradicionais, como a Física, a Química e a Biologia, mas este é um equívoco que traz graves consequências. Entendo o jornalismo de ciência no seu sentido mais amplo, incluindo a cobertura de C&T de maneira geral e não excluindo, em princípio, qualquer área. Desta forma, a Antropologia, a Sociologia, a Educação e a Comunicação, entre muitas outras áreas, enquanto disciplinas científicas reconhecidas, também são objecto da cobertura do Jornalismo de ciência.

<sup>ii</sup> Existem outros contributos, nomeadamente: sendo um duplo movimento de interpretação, o processo do jornalismo de ciência provoca o efeito de exterioridade da ciência (Orlandi, 2001), que consiste no facto da ciência sair de si, do seu próprio meio para ocupar um lugar social e histórico no quotidiano dos indivíduos. Esse efeito de exterioridade, por sua vez, possibilita a publicização da ciência, ou seja, a própria possibilidade de se fazer ciência numa formação social. Nessa perspectiva, refere Orlandi, o jornalismo de ciência é um “índice do possível da ciência”.

---

iii Por exemplo, um dos problemas do jornalismo de ciência actual deriva dos constrangimentos de tempo e espaço; os repórteres de ciência tendem a trabalhar a partir de rotinas pré-definidas e ângulos pré-definidos também, o que faz com que a ciência e a cultura só interessem a alguns.

iv Não cabendo no âmbito deste trabalho, vale a pena referir que esta acção dos grupos de pressão é cada vez maior com a agravante que, devido à postura assumida pela maioria dos jornalistas de ciência de celebração da ciência, esta não ter qualquer filtro até chegar à opinião pública. Estamos, pois, na presença de um ciclo vicioso em que os *media* celebrizam (expressão muito próxima do popularizam) a ciência, enaltecendo os cientistas como se estes fossem profissionais excepcionais e cujo trabalho é sempre da maior importância. Perante essa atitude passiva, os grupos de pressão (que normalmente são os maiores centros de I&D ou laboratórios associados), cada vez mais dotados de gabinetes de assessoria de imprensa mais sofisticados, aproveitam esse tempo de antena ilimitado e acrítico facultado pelos *media*. O resultado é o já conhecido mimetismo informativo que observamos nos *media* de massa que, por sua vez, fomenta aquilo que, segundo o antropólogo Timothy Ingold, é o maior perigo que assola a Ciência: a sua institucionalização. Neste sentido, ao invés de uma informação que leve ao conhecimento científico puro e a um conhecimento humano mais harmonioso, o que os públicos recebem é informação institucionalizada de ciência institucionalizada. A ciência, e seus protagonistas, passam, então, a imiscuir-se no domínio do espectáculo, no qual só é difundido o que é imediatamente reconhecível, para «descanso» do grande público” (Aubenas e Benasayag, 2002: 29). Assim, esta dinâmica entre o visível e o invisível acaba por abafar o que realmente importa na ciência, nas pessoas que a fazem e no conhecimento que se gera ou não. Vê-se já, também em Portugal, aqueles cientistas e aquela ‘ciência’ que passam a orientar a sua vida em função desta promessa de visibilidade em que os jornalistas de ciência se transformaram.

v Gaston Bachelard considera ainda hoje o postulado filosófico de Boutry, segundo o qual a ciência é um produto do espírito humano, elaborado em conformidade com as leis do nosso pensamento e adaptado ao exterior. Apresenta, portanto, dois aspectos, um subjectivo e

outro objectivo, ambos igualmente necessários, porque nos é igualmente impossível mudar o que quer que seja tanto às leis do nosso espírito como às do mundo.

<sup>vi</sup> Na senda do que Miller afirma, o artefacto cultural pode ser visto como uma forma não de objectividade, mas de objectificação, na qual as pessoas investem algo de si próprias para um outro externo a elas. Com efeito, tal como salienta Julian Thomas, podemos ver esta objectivação “as a form of disclosure, or ‘bringing things into focus’, making them stand out from the world at large” (Thomas, 2007:18). Podemos, de facto, olhar para o género jornalístico como um objecto, como uma “coisa” no sentido em que Thomas, recorrendo a Tim Ingold, a descreve. “Form is not brought into the world from outside: the materials are transformed into an object of concern – something that *matters*, in both senses. Such an object emerges from a background of skills, practices and tacit cultural understandings (Ingold, 2007). However, standing out against a background is not the same thing as being severed from that background, so objectification does not necessarily always involve alienation [nos meios de comunicação de massa este efeito de alienação é muito presente, como é visível nas coberturas mediáticas de assuntos científicos que envolvam alguma polémica, como são os casos da clonagem, OGM’s, incineração entre outras]. Objects that achieve recognition in this way are ‘things’ in the sense of gathering together webs of persons, practices and materials, and they form points of entry from which these networks can be apprehended” (Thomas, 2007: 20-21).

<sup>vii</sup> Uma das melhores definições de identidade que já encontrei foi a dada pelos autores Clóvis Filho, Felipe Lopes e Bernardo Issler, para quem identidade é toda a manifestação pela qual um indivíduo se atribui, prioritariamente por intermédio de um relato, um sentimento de continuidade e de relativa coerência. Esta manifestação permite-lhe circunscrever-se e estabelecer uma diferença específica, com pretensões de permanência, em relação ao que lhe é externo.