

A apropriação da convergência midiática na divulgação científica

Autora: Paula Cecília de Miranda Marques

Titulação: Especialista em Linguagem, Cultura e Mídia

Contato: paulacmmarques@hotmail.com

Universidade Estadual Paulista

Resumo: A televisão tradicional com fluxo unilateral, aos poucos, cede espaço para o diálogo com seu espectador. Este trabalho sugere que essa troca de informações pode ser benéfica no âmbito da divulgação científica feita pelas televisões universitárias. Mais que a absorção passiva de conteúdos, o receptor, agora também visto como produtor, poderia influenciar na escolha dos temas e expandir a experiência cognitiva com a possibilidade de, a partir da internet, questionar e aproximar o conhecimento de seu cotidiano.

Palavras-chave: televisão; internet; convergência midiática; divulgação científica.

A divulgação científica, aqui entendida como a “[...] utilização de recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao público leigo” (BUENO, 2009, p.162), é uma importante ferramenta de popularização do conhecimento produzido nas universidades. Mais que reproduzir discursos, é preciso desenvolver no público a familiaridade com o material educativo de divulgação científica, para aproximá-lo do fazer científico. Além disso, a população deve ter acesso aos resultados das pesquisas desenvolvidas na academia, pois além de representar um retorno de seu investimento feito muitas vezes por meio do financiamento público, é também fator importante de formação social. Segundo a pesquisadora Isa Maria Guará, o acesso ao conhecimento não deve ser restrito, pois além de uma meta social e política, a popularização da ciência, é também uma meta cultural, uma vez que “permitirá a incorporação de diferentes contribuições e a democratização dos saberes e

descobertas da humanidade sem o domínio hegemônico de alguns grupos” (GUARÁ, 2002, p. 85).

Os meios de comunicação, como a televisão, têm papel fundamental nesse processo de disseminação do conhecimento. A televisão brasileira tradicional, entretanto, pouco espaço oferece para o conteúdo educativo da divulgação científica. Segundo Jambeiro, o modelo de exploração comercial das concessões permite que as emissoras desviem de sua finalidade, priorizando programas que chamam mais a atenção do público.

“O resultado é que a qualificação legal da radiodifusão como um serviço de interesse público e com finalidades educacionais tornou-se meramente retórica, sem conseqüências objetivas em termos de implementação. Na prática, o modo comercial de exploração da TV tem sido esmagadoramente predominante e o número e qualidade de programas de entretenimento têm superado de longe aqueles com

características educacionais. (JAMBEIRO, 2008, p.89). ”

E, quando tem a finalidade de difundir a ciência e fornecer ferramentas de transformação das esferas sociais, muitas vezes erra na abordagem, conforme alertou Bueno, que destaca que a cobertura da CT&I pelos meios de comunicação reforça a idealização de que a ciência avança aos saltos e graças a descobertas dos considerados grandes gênios que carregariam a inovação de forma individualizada, pois a abordagem dos meios “contempla o avanço da C&T em momentos singulares, anunciando, muitas vezes com sensacionalismo, resultados de pesquisa e descobertas de grande impacto” (BUENO, 2010). Esse estereótipo deve ser combatido para a efetiva democratização dos saberes, o público deve entender a ciência como parte de seu cotidiano e um processo coletivo.

Nesse contexto, a televisão universitária se mostra como alternativa ideal, uma vez que se apresenta como um espaço de inovação e informação, propício à disseminação do conhecimen-

to, além de estar próxima desse meio desenvolvedor de ciência, as universidades. Cláudio Márcio Magalhães, conselheiro consultivo da Associação Brasileira de Televisão Universitária - ABTU, diz que na TV universitária o conteúdo é tão importante quanto a forma, (...) uma TV onde a ciência é vista como participante do cotidiano e não como algo distante ou uma prática restrita aos laboratórios inóspitos, cientistas malucos e obstinados, relegada à atração exótica de programas de variedades.

Contudo, a simples apresentação de conteúdos pode não bastar para que o espectador absorva o conhecimento.

A partir disso, o presente trabalho sugere que a televisão, aliada à possibilidade de uma interação mais próxima com o público por meio da internet, se mostra como alternativa eficiente para a popularização do conhecimento. A convergência de mídias envolve o espectador, convidando-o a entender, discutir e aplicar a ciência em seu cotidiano.

Com a digitalização das mídias, surge a discussão sobre o futuro das mídias tradicionais. A sugestão aqui proposta é de que não da ideia de substituição de um meio por outro, e sim da expansão da convergência midiática, que amplia as possibilidades de transmitir conhecimento.

Segundo Jenkins (2009, p. 29), a convergência é uma transformação cultural, pois as pessoas são orientadas a fazer conexões em meio a conteúdos de diferentes mídias.

Essa convergência, como explicou o autor, vai além de uma questão tecnológica e depende dos espectadores como parti-

cipantes. Em seu texto “Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias”, o professor François Jost (2011) trata das mudanças que ocorrem também com os espectadores que, diante dessa mudança de paradigma, transformam seus hábitos, consumindo a comunicação que transita pela convergência.

Assim, este estudo aborda a interação entre os meios, televisão e a internet, como potencializadora da divulgação de conteúdos científicos, capaz de fazer a mediação entre ciência e comunidade ser mais que a simplificação da linguagem acadêmica, conforme defendem Kreinz e Pavan (2003). É possível propor interações com usuários para a absorção de conceitos ou criar um diálogo de modo que os espectadores possam sugerir pautas, questionar e aplicar os conhecimentos adquiridos em extensões da programação da rede.

Brasil e Arnt defendem que estes usuários que são produtores não querem ser induzidos: a interatividade é um pré-requisito: eles querem diálogo e não imposição”. (2002, p.26).

O diálogo acima citado pode mudar os rumos da produção televisiva universitária, agregando diversidade de conteúdo e linguagem. Produtores de programas podem saber o que pensam os usuários, o que esperam e pelo que se interessam, de acordo com Jost, “graças à extensão das mídias digitais, ao sucesso das redes sociais, é possível propor conteúdos que dependem parcialmente da ação do usuário e que fazem convergir duas mídias, a televisão e a internet, a caminhos até agora paralelos” (JOST, 2011, p.99).

É possível que o poder de influenciar que surgiu com os internautas, possa de fato contribuir para a produção de conteúdo de qualidade e interesse para o público – um conteúdo verdadeiramente colaborativo.

A televisão universitária deve aproveitar o momento de transformações na relação produtor-receptor para renovar o modo como produz conteúdo, fazendo-o participar do processo de produção e, assim, mudar a dinâmica de produção das obras televisivas.

A forma como o usuário interage é que pode mudar o rumo do processo produtivo audiovisual. Por isso, como lembra Faris Yakob, no prefácio do livro *Cultura da convergência*, além de interativa, essa convergência midiática é participativa. Jenkins, complementa:

“ A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p.30) ”

A participação tem que vir com ideias e difusão de propostas. Arnaut e outros autores, baseados em estudos de Jesus Martin-Barbero, afirmam que pesquisas sobre a cultura participativa, presente nas redes sociais digitais,

passaram a considerar o sujeito-receptor como um indivíduo que recebe as mensagens midiáticas, mas que também possui uma opinião a ser explorada, deixando em segundo plano a ideia de conversa predominante unilateral” (ARNAUT et al, 2011, p.264)

“ O receptor não é apenas um mero decodificador dos conteúdos das mensagens impostas pelo emissor, mas também produtor de novos conteúdos. Embora inicialmente designado como um agente passivo na comuni-

cação, o receptor mantém um espaço interior de resistência que lhe permite rejeitar informações que culturalmente não são reconhecidas por ele. (ARNAUT et al, 2011, p.264).”

REFERÊNCIAS

ARNAUT, Rodrigo D. Era Transmídia. Revista Geminis. São Carlos: ano 2, n. 2, pp. 259-275.

AZEVEDO, Elaine C. Da tela da TV à tela do computador: A telenovela entra nas redes sociais online. Disponível em <<http://pucposcom-rj.com.br/wp-content/uploads/2011/11/Elaine-Christovam-de-Azevedo.pdf>> Acesso em: 18 de jun. 2012.

BRASIL, Antonio; ARNT, Hérís. Telejornalismo On-line em debate. Rio de Janeiro: EPapers, 2002.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Científica e divulgação Científica: aproximações e rupturas conceituais. Inf. Inf., Londrina, v. 15, n. esp., p. 1 - 12, 2010.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo científico: revisitando o conceito. In: VICTOR, C.; CALDAS, G.; BORTOLIERO, S. (Org.). Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável. São Paulo: All Print, 2009. p.157-78.

GUARÁ, Isa Maria F. Rosa. Ciência, educação e inclusão social. In: Matos, Cauê (org.). Ciência e inclusão social. São Paulo: Terceira Margem, 2002. p. 83-90.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JOST, François. Revista Matrizes. São Paulo: ano 4, n. 2, jan. - jun. 2011, pp. 93-109. Disponível em: <<http://www.redetupi.com/paginas/posts/a-inauguracao-oficial69.php>> Acesso em: 20 jul. 2012.

LÉVY, Pierre. A esfera pública do século XXI. Disponível em: <<http://www.moodle.ufba.br/file.php/11/artigo-pierre-levy.pdf>> Acesso em: 23 jul. 2012.

KREINZ, Glória; PAVAN, Crodowaldo (org.). Divulgação Científica: reflexões, sexto volume da Coleção Divulgação Científica. Espiral (São Paulo), v. 4, p. 1, 2003.

MAGALHÃES, Cláudio. TV Universitária: a televisão utópica. Disponível em: <http://www.abtu.org.br/site/index.php?option=com_filecabinet&view=files&id=1>. Acesso em 20 abr. 2013.