

Utopia e Jornalismo de ciência: o contributo para a democracia

Filipa M. Ribeiro

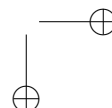
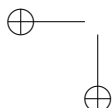
Centro de Investigação em Políticas do Ensino Superior, Portugal

E-mail: filipa.ribeiro@gmail.com

FARÁ sentido falar em comunicação, conhecimento e emoção? Como é que estes três conceitos se ligam? O psicanalista Wilfred Bion (1897-1979) ensinou-nos que a atenção tem de se virar para o espaço interno e o espaço potencial. Esse espaço potencial é uma terceira área que assegura a transição entre o eu e o não-eu, ou seja, entre a perda e a presença – esta é a área dos fenómenos transicionais. A área intermediária da experiência situa-se entre a actividade criadora primária e a projecção do que já foi introjectado, entre a ignorância primária da dúvida e o reconhecimento desta. A característica essencial desta área de experiência é o paradoxo e a aceitação do paradoxo e do seu valor: é esse o espaço sempre susceptível de ser permanentemente enriquecido pela exploração da ligação cultural com o passado e o futuro integrais.

Bion disse-nos ainda que o espaço potencial assume formas específicas: o jogo, o espaço analítico, a experiência cultural, a saúde mental e a criatividade, ou seja, o jogo, o sonho, a poesia, a arte, a criatividade e a cultura de que falava Winnicott (Winnicott, 1971) para tentar compreender o que nos faz sentir “vivos” para lá da adaptação – sempre marcada de submissão – ao nosso meio ambiente. Esse espaço é potencial porque pode não se formar, dependendo das experiências de vida. É, portanto, produto das vivências do indivíduo no meio que vai conquistando, podendo cada um, mais tarde, desenvolver a sua própria capacidade para gerar esse espaço potencial.

É no espaço/tempo potencial que se gera a nossa função simbólica, ou seja, a função geradora de metáforas que apenas se pode construir num espaço/tempo transicional que supera a censura externo/interno e que tem a experiência emocional como o acontecimento primacial do desenvolvimento. É desta função simbólica que nasce a comunicação primeiramente como compreensão e ligação. Recorde-se que a função simbólica é uma das funções do pensamento, pois pensar implica uma reparação simbólica da descontinui-



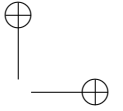
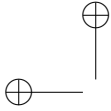
dade inevitável e obrigatória da relação com os objectos externos. Esta função implica outro conceito-chave no processo de conhecimento e da emoção: a interpretação que, segundo Paul Ricoeur, é a inteligência do duplo sentido, ou seja, “o símbolo, com a sua estrutura de duplo sentido, inicia um processo que exige o aparecimento da interpretação, como seu complemento inseparável,” (Villaverde, 1995:70). É na interpretação que se converte todo o processo de reflexão, já que existimos graças aos signos que falamos no mundo, defende Villaverde. Por sua vez, é a interpretação que amplia o horizonte da experiência e do conhecimento do ser humano, sugerindo um campo mais amplo de aplicações e possibilidades do que a mera tecnicidade aplicada a um texto para compreender a sua mensagem. Por exemplo, já o diálogo *Ion*, de Platão, falava da interpretação como um jogo, como reapropriação de um sujeito, de um *sujeito do sentido* e de um *sentido do sujeito*. Em comunicação, e em especial na comunicação de um determinado tipo de conhecimento como é o científico, é sempre de *sentido* que falamos: do sentido que devemos dar ao conhecimento, do sentido do próprio conhecimento e, enfim, do sentido do próprio ser humano. A comunicação de ciência é, portanto, também essa reapropriação do sentido de um conhecimento e, se os campos do conhecimento e os campos do pensamento se organizam num processo de fluxo duplo, como nos sugerem as funções das ondas quânticas, então a comunicação de ciência, sendo tomada como uma intervenção de uma atitude interpretativa, introduz, como Ladrière sugere, um ponto de vista subjectivo na prática científica: “[s]e há efectivamente lugar para uma tal atitude, isso implica, pelo menos, que a objectividade não pode ser concebida como se o discurso científico fosse uma espécie de imagem que pudéssemos fazer corresponder ponto por ponto à realidade estudada.” (Ladrière, 1999:107). Assim, a visão científica do mundo não nos pretende introduzir num mundo diferente do da percepção, mas pretende revelar-nos a verdade daquilo que nos é dado na visão «ingénua» desse mundo. Para apreciar o contributo da visão científica, é necessário que nos interroguemos sobre o assunto dessa verdade e, por isso mesmo, sobre o sentido da própria ciência como sistema de interpretação. Por outro lado, em Ciência, a qual se enraíza na prática natural do mundo, como bem notou Fernando Gil, “se não é sempre possível dar a conhecer o *quê*, nada impede que possamos entender o *como* do saber científico. E no fundo é isso que importa, do ponto de vista da aquisição de uma cultura científica que nas sociedades contemporâneas mais e mais concerne directamente ao exercício da cidadania” (Gil,

1999:9). É para esta transição de uma comunicação de ciência, e mais concretamente na transição de um jornalismo de ciência actualmente mais centrado no *quê* para um jornalismo de ciência mais centrado no *como* que este trabalho visa contribuir.

Ainda segundo o modelo de Bion (1984) – aprender a partir da experiência – a capacidade de pensar depende da existência de uma forma de pensar os pensamentos. Para o autor, a capacidade de pensar depende do modo como se está emocionalmente vinculado, sendo que as emoções básicas são o amor, o ódio e o conhecimento. Estas emoções básicas são intrínsecas ao vínculo entre dois objectos, pois uma experiência emocional não pode ser concebida fora de uma relação. Para Bion, o mais importante é que amor e ódio estão subordinados ao vínculo do conhecimento ($K > L + H$). O conhecimento designa busca da verdade e do conhecimento – com o sofrimento e a frustração inerentes à dúvida, ao desconhecimento e a uma busca interminável. Logo neste ponto podemos antever a relação entre utopia e conhecimento, assunto que será desenvolvido nos capítulos seguintes.

À semelhança da descrição que Bion fez da relação entre mãe e bebé, logo desde a sua manifestação mais precoce, o conhecimento é despojado de emoção. Neste sentido, a aprendizagem dependerá da capacidade do indivíduo de permanecer íntegro, conservando o seu conhecimento e experiência, mas perdendo em parte a sua rigidez, de modo a rever as experiências passadas (experiências de todo o tipo). Assim, estará receptivo a uma ideia nova, a uma “mudança catastrófica”, num meio de dúvida tolerada. Como muito bem sintetizou Morin, “aprender comporta a união do conhecido e do desconhecido” (Morin, 1996:61). Segundo o autor, a aprendizagem caracteriza-se como sendo “um processo evolutivo espiral, comandado pela dialógica auto-eco-organizadora e onde os termos inato/adquirido/construído se encadeiam, se permutam e se entropizam”(idem).

É assim que se vai formando, paralelamente ao crescimento da nossa personalidade, uma espécie de rede de comunicação, e é nessa rede que se organizam a coragem, a fé e a esperança, qualidades de que dependerão as capacidades de indagação, de dúvida, de problematização, de se ver a partir de uma nova perspectiva, de preocupação com o outro, de empatia e de desejo de reparação, além de aceitação do desconhecimento. Essa rede de comunicação é transformadora, formada por elementos unidos entre si para simultaneamente criarem, porem em contacto e separarem o interno e o externo, o essencial



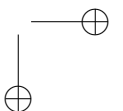
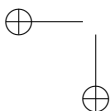
do supérfluo, o passado do futuro, a realidade da fantasia, o consciente do inconsciente.

A comunicação não é mais do que a rede, a trama permeável que une palavra e emoção. Talvez por isso, Bion sustente que pensar e conhecer têm a mesma origem: constituem uma reacção à experiência emocional primitiva decorrente da ausência de um objecto. Porém, o pensamento é mais amplo do que o conhecimento, já que a incógnita é desconhecida e, como tal, faz pensar e criar.

Neste sentido, perante a realidade ou o desconhecido (frustração), o indivíduo pode fugir, evitando o conhecimento, agir para não pensar (o que o jornalismo faz muitas vezes), ou tentar modificar e transformar a realidade e o desconhecido através da actividade de pensar e de conhecer, de simbolizar, de criar, única maneira de o indivíduo superar o que ainda não sabe. Acontece que a comunicação em geral e, em particular, o jornalismo de ciência, ao invés de ser porosa, capaz de criar ligações, de pensar emoções, de reconhecer a ausência, de sonhar, de criar símbolos, de pensar, de transformar, pode ser um muro que encerra o sujeito ou num mundo de fantasia (ficando perdido por falta de limites) ou numa realidade redutora (sem possibilidade de sonho, de transformação, de criatividade). E a criatividade é uma propriedade plástica, ou seja, implica que se estabeleçam ligações, que se ponham em contacto o que é mostrado e o que é escondido. É por isso que a comunicação pertence a esse espaço potencial e transversal onde (para a função simbólica) é necessária a experiência real, mas também esse espaço de jogo e criatividade.

Utopia e criatividade

Csikszentmihaly (1998) descreve a criatividade como o resultado da interacção de três elementos: (1) a cultura com os seus domínios simbólicos; (2) o indivíduo que leva a novidade a estes domínios; (3) a sociedade integrada por um leque de peritos com capacidade para reconhecer e validar a criação. Ainda de acordo com Csikszentmihaly a criatividade não acontece na mente das pessoas, mas na interacção entre os pensamentos de um indivíduo e o contexto sócio-cultural. É um processo sistemático e não um fenómeno individual. Este autor divide a cultura em domínios, ligados a uma determinada especialização, onde peritos, partilhando conhecimento similar se reúnem. O



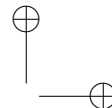
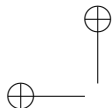
nível de criatividade, ou seja a rapidez com que novas ideias são geradas, é função do interesse que um determinado domínio recebe. O papel da sociedade no modelo é o de seleccionar e avaliar se as ideias são ou não criativas. À semelhança da cultura, também a sociedade está dividida em campos de interesse compostos por peritos com “capacidade” para avaliar as criações na sua área de interesse. Para Csikszentmihaly, o indivíduo criativo demonstra desde cedo uma tendência para ir contra normas ou padrões normalmente assumidos em sociedade. No entanto, o indivíduo apenas pode ser considerado criativo se conseguir persuadir a sociedade que a sua obra é criativa. A persuasão integra, neste modelo, uma parte essencial da criatividade.

Na noção de criatividade de Csikszentmihaly vemos alguns elementos que povoam a relação entre comunicação e criatividade, para a qual é preciso, como concluiu o autor, expandir a noção do que é o processo, afastando-nos de um foco exclusivo no individual para uma perspectiva sistémica que inclua o contexto social e cultural no qual a pessoa criativa opera. Este autor identifica três desses elementos que estão relacionados com a pessoa e que são importantes para o processo criativo: a personalidade, a motivação e a capacidade de descoberta de novos problemas. E a descoberta de novos problemas provém da capacidade de fazer questões, sendo esse também o caminho do avanço na ciência: “É apenas fazendo perguntas, desafiando as presunções e as ‘verdades’ tidas por certas em dada altura, que a ciência progride. E se isso fosse verdade para as nossas vidas pessoais, para o nosso crescimento e progresso individual?” (Arntz et al., 2008:24) É por essa razão que Csikszentmihalyi não identifica qualquer relação entre criatividade e inteligência. Segundo o autor, um certo tipo de personalidade e valores, de orientação cognitiva e orientação para a descoberta, pode ser necessária para alguém que quer ser criativo, mas não é suficiente. Para aquele autor, um ingrediente essencial para ser criativo é a motivação intrínseca ou a capacidade de tirar proveitos da actividade em si, mais do que de estímulos externos como poder, dinheiro ou fama. O autor diz ainda que a motivação intrínseca afecta a criatividade de duas formas: 1) em termos de processamento imediato da informação; 2) no envolvimento sustentado num conjunto de problemas que é necessário para resolver o problema. E se, como vimos com Bion, a comunicação está contida e é intrínseca à nossa formação como indivíduos, à formação da nossa personalidade, o mesmo se pode dizer da utopia. A utopia faz (ou deveria fazer) parte do nosso desenvolvimento pessoal e intrapessoal

(mais uma vez, tocamos em duas das dimensões da comunicação) e encontra-se detalhadamente imiscuída na nossa acção, no nosso pensamento e na nossa consciência humana. Utopia e criatividade têm uma base comum: são a porta para a mudança; tal como as grandes questões que, em alguma altura da vida nos colocamos, a utopia e a criatividade alargam a nossa visão para uma realidade maior e mais diversa. *E chegar aí é mudar*. Assim, ela superará qualquer ética, moral ou norma.

No âmbito deste trabalho, parto do princípio de que existem dois tipos de criatividade importantes quando falamos da relação entre criatividade e utopia: a) a criatividade enquanto processo intelectual e b) a criatividade ligada ao processo cósmico, tal como defende Sheldrake. “O processo cósmico é um processo de criatividade contínua. Para onde tudo está a ir ninguém sabe, mas a evolução humana e biológica envolvem criatividade contínua. Assim, a escolha é uma actividade da consciência no processo cósmico” (Sheldrake, 2004: 279). No primeiro caso, é lícito afirmar-se que a criatividade enquanto processo intelectual tem as suas origens na experiência histórica (individual e colectiva) e no presente individual plasmado numa ideia ou numa construção abstracta. Estas são, precisamente, as origens que Carlos Eduardo Ornelas Berriel identificou para a geração da utopia (Berriel, 2005: 101). Outra similitude entre criatividade e utopia é que ambas têm um papel crucial e formativo no mundo (frequentemente) desconcertante em que vivemos; ambas são uma ferramenta transformativa para a sociedade e ambas podem mudar o mundo ao mudar os nossos mundos pessoais todos os dias.

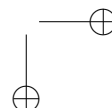
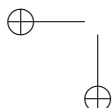
E é na relação entre a criatividade enquanto processo intelectual e enquanto processo cósmico que está contida a comunicação, localizada no espaço potencial e transversal da experiência real. Na verdade, comunicar, na visão que aqui proponho, implica conter e organizar, mas de uma forma que comova; comover é emoção em movimento. Assim, *comunicar é comover* com a finalidade última de se alcançar a verdade, não no sentido da verdade científica, mas da *verdade como autenticidade*. É essa que está já disponível, mas ainda por descobrir e difundir através do jornalismo. Afinal, se há comunicação, há cognição e afectividade, ou seja, são essas três dimensões que vão incentivar e promover um espírito de busca e a curiosidade educacional, as quais, por sua vez, conduzem à plenitude de experiências. E, segundo Joe Dispenza, bioquímico e médico, a alma é precisamente um registo de todas as experiências que possuímos emocionalmente. Se pensarmos no exemplo de



uma criança, podemos resumir a frase anterior à palavra “brincar”. Brincar não é mais do que pensar, abstrair e intuir, ou seja, é a imaginação em acção que conduz a uma actividade. Para essa actividade concorrem o prazer como motivo, uma qualquer operação e consequentes acções.

Se a comunicação visa a emoção¹, é a maneira de entender a emoção que vai criar o estilo de comunicação, ampliando a capacidade de se perceber o conhecimento associado a cada facto, de o relacionar e de o expressar. A este propósito, como afirma Arntz: “Toda a nossa evolução está ligada, toda a vida, com as emoções – são inevitáveis. Então a questão é: como é que as usamos? Estamos a desenvolvê-las em quê? Estamos-nos a transformar em quê? (...) A força da evolução é a possibilidade de um conjunto novo de emoções” (Arntz et al., 2008:207). Por outro lado, o desenvolvimento espiritual é a evolução do indivíduo em conhecimento, ou seja, em consciência. Esta visão que defendo para a comunicação implica também uma nova estética da comunicação, que pressupõe uma abordagem que inclui a expressão dessas emoções, mas de uma maneira profundamente humana e não tanto no que se convencionou chamar de sensacionalismo, confundindo este com a expressão ou a exploração das emoções das pessoas.

1. A propósito de emoção, Ruth Gauer recorda que hoje convivemos com a cultura da complexidade do pensamento sistémico, do não-linear, do multidimensional que integra a dinâmica social. O novo espaço social e cultural imaterial, chamado de ciberespaço não se enquadra, por isso, nas análises que vieram do racionalismo tradicional (Gauer, 2002:96). Pelo contrário, a sociedade que nasceu dessa cultura da complexidade organiza-se, como sabemos, em redes e não mais em pirâmides do saber (sendo por isto que nem as propostas de Piaget ou de Auguste Comte para o mapeamento do conhecimento são hoje as mais adequadas), funcionando mais como um ecossistema informacional. Os nós dessa rede são agentes diferenciados comunicantes e criadores potenciais que deixaram de ser usuários passivos. Defendo que as emoções devem ser um desses actores; note-se que estas alterações na sociedade da comunicação levaram já muitos cientistas a procurar uma melhor compreensão do funcionamento desta nova inteligência, como é o caso do cientista português António Damásio, que defende que para entendermos a consciência temos de conhecer o sentimento e a emoção. Assim, o sentimento seria a maneira como registamos na mente o que sentimos na emoção. Tudo o que se sente passa-se na mente, sendo a consciência influenciada pelo facto de estarmos vivos. Os mistérios da consciência, por sua vez, relacionam-se com a consciência do eu. A consciência para o autor é “um fenómeno inteiramente privado, de primeira pessoa, que ocorre como parte do processo privado, que denominamos mente. A consciência é a mente, porém, vincula-se estreitamente a comportamentos externos que podem ser observados por terceiras pessoas” (Damásio, 2000:29).



A relação entre comunicação e emoção² é incontornável quando pensamos na comunicação como processo social: uma deve originar e incluir a outra numa relação de utilidade mútua. Comunicação e emoção são igualmente mecanismos adaptativos que propiciam uma maior flexibilidade e adaptação do indivíduo. Nesse sentido, o processo de comunicação tem de ter em conta todas as componentes da construção psicológica que é a emoção, nomeadamente a componente cognitiva, orientada para a apreciação da situação – estímulo que provoca a emoção; a componente de activação fisiológica, determinada pela intervenção do sistema neurovegetativo; a componente expressivo-motriz; uma componente motivacional, relativa às intenções e à tendência para agir/reagir; e uma componente subjectiva, que consiste no sentimento experimentado pelo indivíduo. Todas as componentes são interdependentes e todas elas participam na determinação da experiência emocional. Sublinho que é a dimensão emotiva que considero ser frequentemente negligenciada e preterida quando se fala em comunicação e nos próprios resultados da comunicação, nas suas diversas técnicas, entre as quais o jornalismo.

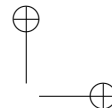
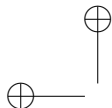
A criatividade é um dos substratos da utopia e ambas deveriam, tal como Schiller defendeu em relação à beleza, poder ser apresentadas como condição necessária à definição de humanidade. Por outro lado, criatividade, utopia, beleza e emoção são modos de conhecer e é a comunicação que possibilita a análise da relação existente entre os diferentes modos de conhecimento, isto é, entre os modos de pensamento e sua extensão. Por exemplo, criar é também recriar, e acredito que o jornalismo de ciência pode ajudar a ciência a recriar-se, a reflectir sobre si mesma e a unir-se em prol da humanidade, conseguindo

2. A este propósito, recorde-se o conceito recente de *Need for affect* (NFA), definido como a motivação geral que os indivíduos têm para experienciar ou evitar situações e actividades indutoras de emoções neles ou noutros indivíduos (Maio and Esses, 2001). O conceito de afecto, segundo Maio e Esses, é amplo e inclui estados de disposição, emoções, preferências e avaliações afins. Assume-se que indivíduos com um NFA elevado estão mais motivados para experienciar e apreciar situações emocionais, enquanto que indivíduos com um baixo nível de NFA tendem a evitar essas situações. O papel dual do NFA, quer como motivação para experienciar situações emocionais quer como motivação para um maior envolvimento nessas mesmas situações é explicado em maior profundidade pela teoria regulatória das emoções (Gross and Thompson, 2007; John and Gross, 2007). Esta identifica cinco estratégias de regulação das emoções que podem ser aplicadas em diferentes fases do processo emocional quer para ampliar quer para reduzir os resultados afectivos desse processo.

ver além do rendimento tecnológico³. A relação que a criatividade tem com a utopia, e mesmo com o conhecimento, é uma relação de mútua influência e as condições necessárias para a sua realização passam pela comunicação. Isto ocorre porque nenhum processo de criação parte do nada, mas antes daquilo que já foi criado e, como tal, comunicado e partilhado. Para se ter acesso a este conhecimento é necessário um processo de comunicação, que será sempre limitado, sobretudo no que toca à partilha do conhecimento tácito presente essencialmente através da interacção social, que tem sido potencializada pela aplicação das tecnologias de informação (Leite, 2007:143).

Em suma, a relação entre utopia e criatividade é também uma relação de emoção-conhecimento-acção. Como afirmou Candace Pert, investigadora no National Institute of Health, “as nossas emoções decidem ao que vale a pena dar atenção... Decidir o que se torna um pensamento que chega ao consciente e o que permanece um pensamento-padrão por digerir, enterrado num nível mais profundo no corpo, é mediado pelos receptores [aquilo a que a autora chamou das moléculas da emoção, ou seja os locais de ligação celular das endorfinas, ou os analgésicos naturais do corpo]” (Arntz et al, 2008:71). Deste modo, se construímos a realidade a partir das nossas memórias armazenadas, emoções e associações preexistentes, como é que concebemos algo novo? A resposta é: através de conhecimento novo: “Ao expandirmos o nosso paradigma, o nosso modelo do que é real e possível, adicionamos novas opções à lista do nosso cérebro. (...) Novos conhecimentos podem abrir as nossas mentes a novos tipos e níveis de percepção e existência”. (Arntz et al, 2008:72). Assim, mais do que conhecimento útil, noção muito reflectida e popularizada desde o século XIX, importa falar de conhecimento novo (o que está sempre dependente da experiência). Onde entra a comunicação aqui? A comunicação é relevante neste processo na medida em que nova informação é importante, mas o conhecimento completo envolve tanto a compreensão como a experiência, ou seja, a acção. É por isso que “a questão já não é o sa-

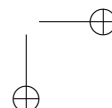
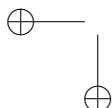
3. Como notou Knorr-Cetina, actualmente, e de acordo com o que a sociologia da ciência tem dito nos últimos anos, a ciência popularizada possui uma acção retroactiva sobre o processo de investigação, por exemplo, quando “os cientistas aprendem, através das descrições popularizadas, coisas sobre domínios que se encontram fora das suas áreas imediatas de investigação” ou quando a popularização da ciência é vista “como uma extensão do processo de construção do trabalho científico através da transformação de enunciado, executada também no interior da ciência, e não como um processo inteiramente distinto”. (Knorr-Cetina, 1999:387-388).



ber, mas as posições perante o saber” (Darré, 2002: 37). Entre essas posições, é preciso “dar um lugar aos sentimentos, ao inconsciente, ao imaginário, ao irracional” (idem, 83), pois os afectos estão “na forma de conhecimento (...) A análise das formas de conhecimento, da sua produção, das suas transformações não elimina a «dimensão afectiva». Ela toma os sentimentos, os desejos, medos, aversões ou mágoas sob a forma que a razão comunicante lhes dá, e nada permite dizer que sob essa forma eles são falsificados” (idem, 86). Além disso, como explica Morin, é na acção que será preciso transportar o centro da filosofia, porque nela se encontra também o centro da vida. “Se eu não for o que eu quero ser, se eu não for por meus actos o que eu quero com convicção, não como simples desejo ou projecto, mas de coração, com todas as minhas forças, então eu não sou” (Morin et al, 2007: 23). Este mesmo autor considera que o “pesquisador aplicado é aquele que, com seus conhecimentos e experiências, deve demonstrar criatividade e confiar no acaso das circunstâncias que acontecem na vida. Ele trata de detectar esses indícios de mudança ou de início de mudança nas palavras do quotidiano, vagas e bastante flexíveis para se evitar conduzir a mudança em direcções sem perspectivas. Trata-se da acção com vista a uma mudança que permita levantar novas ideias, novos modos de ver e de interpretar pela acção sobre o real, de provocar a epifania ou a revelação do real” (idem, 49). Mais: “baseado na experiência, o conhecimento acarreta a percepção pelos sentidos, pelo pensamento, as emoções, a admiração, a escolha” (ibidem).

Comunicação e conhecimento

Se a forma de alcançarmos conhecimento novo é através da comunicação e se, como já vimos, a relação entre criatividade e utopia é uma relação de emoção que leva ao conhecimento e este à acção, então importa perceber qual a relação entre comunicação e conhecimento, pois um dos pressupostos para este trabalho é que a comunicação é, por si só, uma forma de conhecimento. Sendo um tema ancestral, a comunicação tem tido diversas definições já amplamente debatidas e exploradas na literatura científica sobre o tema. Destaco, por isso, apenas algumas. Em 1979, Thayer define comunicação como o processo vital através do qual indivíduos e organizações se relacionam uns com os outros, influenciando-se mutuamente. O mesmo autor, juntamente com



Bateson, concebe a comunicação como um processo orientado para os sistemas, podendo esse processo ocorrer numa grande variedade de níveis. Thayer e Bateson distinguem quatro níveis ou contextos da comunicação: *intrapessoal*, *interpessoal*, *grupal* e *cultural*. Já Bento Duarte da Silva, inspirado em Littlejohn (1982:52), vê a comunicação como um processo complexo, interdependente, adaptativo, governado por regras e ordenado hierarquicamente. Numa outra aproximação, a comunicação também é vista como o processo de transmitir ou fazer circular informações, ou seja, um conjunto de dados total ou parcialmente desconhecidos do receptor antes do acto comunicativo (Bitti e Zani, 1997), o que vai ao encontro das modernas teorias cognitivistas que relevam o papel da cognição e do sujeito cognitivo e afirmam que a aprendizagem não se faz pela memorização nem pelo armazenamento, mas pela interpretação de informação. Por sua vez, Myers & Myers sustentam que a comunicação é essencialmente um processo de estruturação da realidade feita através da percepção e da simbolização (Myers & Myers, 1990). Importante é também a relação entre comunicação e cognição explorada por autores como Dan Sperber e Deirdre Wilson, que definem comunicação como um processo em que estão envolvidos dois mecanismos que fazem o processamento das informações. Um dos mecanismos modifica o ambiente físico do outro e, como resultado, o segundo mecanismo constrói representações semelhantes às que se encontram já armazenadas no primeiro mecanismo (Sperber e Wilson, 2001). Concordo com os autores quanto à pergunta “comunicar o quê?”, eles abrem a possibilidade de se comunicar significados, informações, proposições, pensamentos, ideias, crenças, atitudes e emoções.

Mais recentemente, Conceição Lopes definiu comunicação como o processo e o sistema social de acção, interacção e transacção, no qual as pessoas utilizam símbolos para estabelecerem e interpretarem os significados do mundo que os envolvem, pelos quais são envolvidos e através dos quais nomeiam, dizem e compartilham esse mundo. São identificados nesta definição três matrizes onde a comunicação humana, como objecto de ciência, é entendida como: acção, interacção e transacção⁴.

4. Esses três conceitos emergem de três matrizes de análise a partir das quais vários modelos e conceitos de comunicação se desenvolveram. Essas matrizes são as seguintes: os clássicos estudos de Shannon e Weaver (1949), que enfatizam a vertente acção, os estudos de Wilbur Schramm (1954), que privilegiam a interacção, e os estudos da Escola de Palo Alto, de Paul Watzlawick e outros autores seus contemporâneos (1967), que sublinham o aspecto da

Outro pressuposto importante para este trabalho é o entendimento de comunicação proposto por Maria Lucília Marcos. Esta autora inscreve o problema da comunicação como questão na modernidade, estudando a dimensão relacional da experiência humana como princípio fundador e à luz do qual a comunicação é entendida como um fenómeno particular e decisivo nos processos de subjectivação e de identificação: “Sujeito, identidade, comunidade não são termos prévios nem absolutos, antes se decidem nas práticas comunicacionais implicitamente relacionais que arquitectam, de facto, a nossa experiência” (Marcos, 2007: 11). Isto significa que o processo de comunicação implica a experiência e “experienciar o mundo consiste em receber impressões desordenadas e heterogéneas e ter a possibilidade de construir uma ordem” (ibidem). É também essa a função da comunicação, por intermédio da linguagem, na qual se cruzam a dimensão prática e a dimensão simbólica. “As emoções e a linguagem constituem o essencial do humano e qualquer busca de um ponto zero está, desde logo, votada ao absurdo” (idem, 43), nota a autora, acrescentando que esta indissociabilidade entre experiência e linguagem não se situa apenas ao nível daquilo a que chamamos comunicação. A indissociabilidade é mais radical, indo ao nível do exercício das emoções e da própria actividade cognitiva que o humano habita e é habitado pela linguagem. Por esta razão, a autora defende que já não se pode falar em linguagem como instrumento do pensamento, nem da comunicação como instrumento da comunicação, mas antes da imbricação entre ambos. “É nesta perspectiva que é possível dizer que existe um *a priori* comunicacional na linguagem, na medida em que é possível falar de uma ‘lógica da relação’ como condição da possibilidade do humano” (idem, 44). Este “a priori”, acrescento eu, pode muito bem ser de natureza utópica, se esta não visar a realização, mas antes contaminar e transformar, ajudando à mudança.

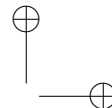
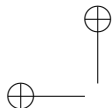
É, pois, no âmbito de um “princípio da relação” e do “fenómeno da comunicação” que Maria Lucília Marcos situa a questão do sujeito, da identidade, da linguagem e da comunidade. De facto, o estabelecimento de relações é uma condição fulcral para a organização lógica do pensamento em busca da *tal verdade*, que deve ser “sempre articulada com ‘o sentido’” e “é uma meta

transacção. Conceição Lopes encara ainda a comunicação como “fala de linguagens, silêncios, relação, interacção, cultura, gestos, olhares, emoções, memórias afectivas, tempos, compreensões e explicações e outras tantas significações” (Lopes, 2004:9). Desta forma, “comunicar é aprender. Comunicar é mudar” (ibidem)

do senso-comum, da ciência, da religião, da arte, apesar das diferenças de método, de exigência e de rigor” (Marcos, 2007:55). Essa organização lógica, feita através do pensamento, é também uma auto-organização, pois “não é apenas o ser que condiciona o conhecer, é também o conhecimento que condiciona o ser, e estas duas proposições geram-se uma à outra num anel recorrente (...) a vida só se pode auto-organizar com conhecimento” (Morin, 1996:51). Este princípio da relação é um elemento importante para a perspectiva construtivista, que aceita “a realidade como uma construção colectiva, a partir da rede de relações em que assentamos a nossa forma de relação com o mundo e que julgamos ser adoptada e válida também para os outros. A concepção da realidade externa e objectiva como a representação correcta do que se passa no mundo é substituída pela concepção de viabilidade, de adequação do conhecimento aos contextos em que foi desenvolvido” (Canavarro, 1999:51).

Em síntese, comunicação e conhecimento têm, antes de mais, uma condição para a sua possibilidade – a partilha –, sendo esta assente num “princípio da relação”, que, segundo Maria Lucília Marcos, coloca a verdade como um problema do sentido; o sentido é sempre partilhado e a partilha obedece a regras de comunicabilidade. Pode ainda dizer-se que é por causa desta lógica de relação ou desta condição dada pela comunicabilidade que a verdade é livre, não pertencendo a ninguém, como diria André Comte-Sponville. Por outro lado, “conhecimento e verdade são dois conceitos bem diferentes, mas são também solidários entre si. Nenhum conhecimento é a verdade” (Sponville, 1998:23). Este é o contexto para que se dê lugar à compreensão, que “só é possível por uma antecipação do sentido que faz o próprio sentido, antecipação que não signifique busca de uma origem” (Marcos, 2007:58). Não sendo logo disponibilizado, o sentido só pode ser encontrado nessa partilha que une diferentes vozes, ou seja, diferentes identidades. Afinal, já escrevia Morin, o problema humano, hoje, não é apenas um problema do conhecimento, é um problema de destino. Merton e Barber corroboram esta ideia: “Among the many conditions necessary for the flourishing of science in a society, is the prevalence of certain beliefs and assumptions” (Merton e Barber, 2004:158). Temos, pois, que comunicação e conhecimento são um substrato para a expressão da identidade, já que a identidade pode ser entendida como uma construção social fundamentada no auto-conhecimento (consciência de si próprio), no diálogo entre indivíduos (interacção) e orientada por fortes princípios mo-

rais, éticos e/ou utópicos. Por outro lado, refere Morin, a afectividade permite a comunicação cordial nas relações de pessoa para pessoa, a simpatia e a projecção/identificação sobre o outro permitem a compreensão”. Neste sentido, a compreensão é um dos modos fundamentais de conhecimento para toda a situação humana que implique subjectividade e afectividade, sendo, por isso, um conhecimento empático/simpático das atitudes, sentimentos, intenções, finalidades de outrem. “Quer isto dizer que a compreensão comporta uma projecção (de si sobre outrem) e uma identificação (de outrem consigo)” (Morin, 1996: 135). É este tipo de compreensão que deve estar na base de qualquer exercício de comunicação ou jornalismo de ciência, pois deve assentar numa relação entre subjectividade, comunicação e diferença já que, como sugeriu Emmanuel Lévinas, a comunicação é abertura, escuta e implica a responsabilidade pelo outro e não a certeza de auto-afecção e auto-reconhecimento. Esta auto-afecção e auto-reconhecimento obrigam-nos a estar vigilantes; nesta vigilância há liberdade em relação a todas as crenças, a todas as idealizações para que a verdadeira percepção não seja pervertida. De facto, é precisamente nestas certezas que residem os problemas ou as condições de impossibilidade da comunicação, o que só é ultrapassado quando a dimensão comunicacional se transforma “no núcleo fundador de uma analítica social” (Marcos, 2001: 23). Isto acontece, sobretudo, porque comunicar, como também muito bem afirma Maria Lucília Marcos, é gerir diferenças, pôr em comum pontos de vista, ou seja, “referenciar e investir de sentido, co-referenciar e co-significar” (ibidem). Além disso, diz Canavarro, pensar, sentir e agir são processos integrados, o que implica que aquilo que os indivíduos sentem acerca dos temas sobre os quais lêem ou estudam seja considerado como um factor importante para a aprendizagem e para a compreensão, até porque ao “procurarmos compreender os outros e a sociedade em que vivemos, desenvolvemos explicações conceptualmente construídas com fundamento nas nossas experiências subjectivas” (Canavarro, 1998: 72). No fundo, a comunicação, no contexto da utopia, mostra o que temos em comum, o que é partilhável. E este contexto partilhável foi demonstrado, por exemplo, por Bateson, autor que acreditava que havia um meta-padrão formal de ligação entre todos os seres vivos e provavelmente em tudo o que existe no universo. Trata-se daquilo a que o autor chama de ecologia da mente e que Clara Costa Oliveira resume da seguinte forma:



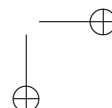
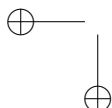
Ser mental implica [em Bateson] possuir uma capacidade de aprendizagem e o projecto da constituição de uma ecologia da mente significa conseguir estabelecer relações entre as várias partes de uma mesma dimensão de um ser vivo (...), as várias dimensões de um mesmo ser vivo, as interações relacionais entre um ser vivo e os seus nichos, entre vários seres vivos e vários nichos... até atingirmos uma visão interconectada mas simultaneamente englobante, entre pelo menos todos os seres vivos” (Oliveira, 2004:30).

Sobre isto, a investigadora acrescenta que apesar da conexão entre partes/dimensões/seres vivos/nichos ser importante, a dimensão relacional que lhes subjaz não se esgota nem na soma das partes, nem tão pouco na soma das suas conexões ou na soma dessas duas variáveis entre si, ou seja, há uma ligação entre todos os seres vivos e todas as suas dimensões⁵.

Neste sentido, a comunicação é precisamente a forma privilegiada de estabelecer essas relações, sendo que aquela pode ocorrer de forma analógica (conotativa, na teoria da *autopoiesis*; não verbal/paralinguística) e também digital (denotativa, na teoria da *autopoiesis*; verbal/escrita), no que se refere aos seres humanos (ibidem). É por isso que o comunicador, assim como o educador, deve ser sempre *auto-observador* e também, como afirma Clara Costa Oliveira, *perturbador* na medida em que tem de se constituir como nicho das pessoas/comunidades para as quais trabalha e nas quais investe sentido(s) (ibidem).

Neste trabalho de investir sentido, de gerir diferenças, de relacionar, de identificar, são essenciais dois ingredientes: a criatividade e a inteligência. Além disso, a criatividade é, só por si, uma condição de possibilidade da percepção do mundo. Por esta razão, a comunicação, ainda que não seja um sistema físico-químico, pode ser considerada uma *máquina autopoietica*, expressão que Maturana e Varela criaram para designar sistemas que auto-produzem as componentes e processos necessários para garantirem a sua autonomia como sistemas, ou seja, é um sistema aberto essencial onde se incluem todos os seres vivos, que permite a aprendizagem nos seres humanos dotados de diferentes níveis de complexidade e com uma capacidade infinita

5. Foi também ao encontro desta ideia que José Eduardo Reis falou na sua comunicação no congresso “Act 18” que decorreu em Novembro de 2007 na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.



de produção complexificada (*poiesis*), mas que, tal como o ser humano e o próprio conhecimento, tem limites.

Muita da incompreensão comunicacional do mundo humano decorre destes limites, e não tanto da incompreensão ao nível da dimensão verbal. Aliás, quando esta ocorre num fundo de comunicação analógico positivo, as pessoas, ainda que não concordando entre si, respeitam-se entre si, aceitam o outro com a sua diferença. A conflitualidade gera-se sobretudo ao nível do não dito, do interpretado em função de parâmetros auto-organizativos que já se possui e que dirigem toda a informação analógica numa única direcção, usualmente com carácter profético auto-realizador (Oliveira, 2004:36-37).

Por outro lado, a comunicação, enquanto forma de conhecimento, é obviamente enriquecida com um valor intrínseco, que é precisamente aquele que permite a abertura ao outro e a utilização de instrumentos simbólicos, culturais e técnicos. É esse valor que faz com que a comunicação tenha assumido um papel tão central na época contemporânea (Wolton, 2001:31). Este valor levanta a problemática da relação entre a comunicação e os *media*, a qual, como veremos a seguir, apresenta alguns paradoxos.

A comunicação e os *media*

João Correia considera que se queremos compreender a modernidade, temos de atribuir uma importância crescente ao desenvolvimento dos *media*. Tal como os entendemos hoje, os *media* fazem a própria “especialização da actividade mediadora que se instaura e consolida como um constituinte da sociabilidade” porque transformaram “a organização espacial e temporal da vida social, criando novas formas de acção, de interacção e de exercício do poder” (Correia, 2001: 4). Essa explosão avivou os contributos de Lazarsfeld, Hovland e Lasswell, que preconizam um modelo científico e neutralista caracterizado pela ideia de que é preciso conhecer para tornar eficiente.

Considero que a comunicação, actualmente, ainda não concretizou todas as suas possibilidades enquanto forma de conhecimento. Isto acontece sobretudo devido à paradoxal herança que a própria comunicação trouxe da modernidade, a qual se pode resumir tal como Wolton referiu.

“Por um lado, a valorização do indivíduo em nome da cultura ocidental conduziu ao individualismo-rei. Por outro, a valorização das trocas, em nome

do modelo democrático é afinal a condição de funcionamento das sociedades complexas, no quadro de uma economia mundial. A comunicação generaliza-se em nome dos valores da compreensão mútua e da democracia, para satisfazer, na realidade, quer as necessidades narcísicas da sociedade individualista, quer os interesses de uma economia mundial que só pode sobreviver com a ajuda de sistemas de comunicação rápidos, eficazes e globais” (Wolton, 2001:33).

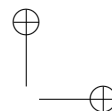
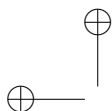
A esta duplicidade, o autor chamava de *dupla hélice da comunicação*, para a qual concorriam as três hipóteses que o sociólogo estudou durante mais de 20 anos: a *comunicação como condição de modernização*, a *comunicação como desafio da sociedade individualista de massas* e, finalmente, a *inteligência do público*. No decorrer da sua investigação, Wolton documentou outro paradoxo da comunicação: a não compreensão aumenta à mesma velocidade da eficácia dos instrumentos de comunicação, ou seja, mais trocas não garantem uma melhor comunicação. Também autores como Foucault, Jacques Derrida, Lyotard e Baudrillard teceram comentários sobre a questão do excesso de informação na sociedade actual. Semelhante constatação fez Edgar Morin relativamente à progressão do conhecimento: correlativamente com um progresso dos conhecimentos, há um progresso da incerteza e um progresso da ignorância (Morin, 1994). Wolton caracterizou este paradoxo como um desfasamento cultural ou antropológico que, a meu ver, tem as suas origens numa insuficiência individual e espiritual existente em cada um de nós na nossa relação com o outro. O conhecimento e a utopia, quando entendidos como uma espécie de motivação, são vias possíveis muito eficazes para ultrapassar esse desfasamento. Por outro lado, “conceptualmente a comunicação, ludicidade e cidadania entendidas enquanto condição, processo e sistema de manifestação da ‘Hominidade’ (Coelho Rosa, 2003:135) buscam inevitavelmente o sentido do Humano, são constantemente desvalorizadas e ignoradas porque, entre outras causas, são incorrectamente compreendidas” (Lopes, 2004:101). Isto implica, mais uma vez, a reivindicação do questionamento, da criticidade, pois é essa atitude que nos dará um primeiro filtro às informações com que somos bombardeados. Mais: a ansiedade pelo conhecimento, gerada pela crença de que somos obrigados a dominar tudo o que se produz intelectualmente, resulta também de uma educação que não ensina a pensar. Fazer perguntas, questionar tem sido uma das maneiras apontadas para seleccionar informação (e daí, segundo alguns, a importância da Filosofia). Perguntas como “o que

é isso?”, “como é isso?” podem ser exemplos de perguntas críticas diante da informação.

Do desfasamento entre progresso de conhecimento e simultâneo progresso da ignorância falou também, ainda que de outro modo, George Steiner, na sua magnífica obra *Gramáticas da criação*, onde o autor sabiamente afirma que “o futuro é um tempo que apareceu relativamente tarde na fala humana”. E o futuro é a utopia primária e inerente a cada ser humano, é a condição e possibilidade de conhecimento por excelência, pois o futuro é o que dá sentido ao conhecimento numa relação mútua de sentido. Neste ponto, chegamos a uma das dimensões do conceito de utopia que defendo: a utopia como força motivacional criativa que está em permanente construção e reformulação de forma a possibilitar o conhecimento e o sentido do humano. Acontece que, nos dias de hoje, o estatuto desse ideal é problemático, assim como o estatuto da esperança e, logo, o estatuto do conhecimento e também o da utopia. Como é que uns e outros se relacionam? Numa frase apenas, diria que o pensamento utópico e o conhecimento são necessários para concebermos a noção de conhecimento como projecção de futuro. O conhecimento faz-se a si mesmo, fazendo-se. Tal como a utopia. Tal como o futuro. Tal como o Homem.

Esta dimensão motivacional da utopia (e do conhecimento) é importante para a resolução dos dois paradoxos identificados por Wolton e por Morin, um relativo à correlação entre o aumento da não compreensão e o aumento da eficácia dos meios de comunicação e o outro relativamente ao progresso dos conhecimentos e o progresso simultâneo da ignorância e da incerteza. Se Morin resolve este último paradoxo, dizendo que o reconhecimento da incerteza e da ignorância significa um progresso do conhecimento, o primeiro é bem mais difícil de solucionar, sendo que ambos se relacionam com uma outra temática que abordarei de forma assaz ligeira: a dos limites da comunicação e dos limites do conhecimento.

Sempre que reflecto sobre a noção de limites recorro um verso da letra da canção *Invisible ink*, da cantora e compositora Aimee Mann: “perspective is everything”. Não podia estar mais de acordo. Na comunicação, na educação, no conhecimento, os nossos limites nascem ou sustentam-se na perspectiva em que nos colocamos; na vida os nossos limites nascem, em primeiro lugar, das nossas escolhas quanto à(s) pessoa(s) que queremos ser, que queremos construir, para que queremos evoluir e, em segundo lugar, dos ingredientes ou pressupostos em que nos baseamos para fazer essas escolhas. Por exemplo, se

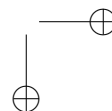
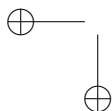


queremos ser aquela pessoa que fica lá em casa a olhar pela janela a sua própria vida, então é porque nos ativemos, talvez, aos ingredientes da segurança, das expectativas que outras pessoas têm em relação a nós, dos laços familiares e da carreira, entre outros aspectos. Mas se, pelo contrário, escolhemos ser aquela pessoa que parte rumo à paisagem com três trapos para a viagem, um cesto, um cobertor e um pão, então, é porque escolhemos ou porque o nosso pressuposto foi, por exemplo, uma alma decretada entre a questão eterna do ir e do voltar. O mesmo se passa com qualquer tipo de conhecimento e com o que fazemos com ele: “(...) na base do conhecimento científico está sempre uma escolha, ou, na expressão de Robert Blanché, o conhecimento ‘está aberto por baixo’, como aliás, por cima” (apud Jorge, 2005: 94).

Já no que toca aos limites da comunicação – entendendo esta como condição, processo e sistema que busca o sentido do Humano –, eles derivam, desde logo, das patologias da comunicação⁶⁷. Estas, por sua vez, surgem porque a comunicação é a maior possibilidade e, simultaneamente, a maior impossibilidade que coexiste no ser humano. Além disso, a comunicação, nomeadamente quando falamos de jornalismo, descreve, à semelhança do que se passa na ciência, as coisas a partir da perspectiva da terceira pessoa. E é por isso que tanto a comunicação como a ciência falham, ou têm falhado, quando tentam descrever a alma do ser humano, pois esta descrição só é possível a partir da primeira pessoa, o que permitiria adquirir o conhecimento directo do que cada um de nós é. Sabemos, pois, que todo o conhecimento científico ou filosófico sobre o interior de cada um de nós é apenas indirecto, passando

6. Esta dificuldade resulta de ainda não se ter encarado de frente desafios que se colocam e conjugam intimamente entre si e que António Dias de Figueiredo enumerou de forma clara: o desafio dos contextos, o desafio da reflexividade, o desafio da investigação, o desafio da mudança organizacional, o desafio da intencionalidade estratégica, o desafio da mobilização (Figueiredo, 2000: 76-77).

7. “As patologias da comunicação fazem parte integrante do modelo que as encara como resultante da perturbação da função de ligação positiva existente na comunicação entre os indivíduos, afastando-os e desencadeando um mundo de incompreensões e de ressentimentos. A patologia associada à impossibilidade de comunicar manifesta-se quando o indivíduo evita o compromisso da comunicação ou quando se sente obrigado a comunicar mas não aceita o compromisso inerente a todo o processo de comunicação. A patologia associada à pontuação discordante denuncia a existência de problemas na relação. A patologia associada às relações de simetria e de complementaridade obedece a dois modelos de interacção cuja natureza é diversa (...). A patologia associada à comunicação digital e analógica traduz-se na existência de erros de interpretação” (Lopes, 2004:100).



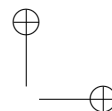
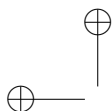
entre nós em segunda mão. Resta-nos diminuir essa distância e a comunicação é o processo mais apto para o fazermos, desde que preparemos os seus horizontes.

A questão dos limites da comunicação também tem implicações na relação entre comunicação e conhecimento. Para começar, a comunicação, enquanto ferramenta cultural, é uma forma de aquisição do conhecimento. O problema – e este consubstancia um dos limites da comunicação – é que as “ferramentas culturais para a aquisição do conhecimento estão distribuídas de forma desigualitária. A sociedade do conhecimento exige a apropriação de uma cultura simbólica. Nesses processos está imbuída uma cultura de aprendizagem composta de novos processos de aquisição do conhecimento” (Pozo, 2003: 10). Essa aprendizagem dá-se enquanto estamos vivos “e o nosso padrão organizativo (ou organização auto-poiética) gera-se ininterruptamente em torno dessas aprendizagens, sendo também ele a base de qualquer aprendizagem que efectuamos” (Oliveira, 2004:34). Para este processo de aprendizagem, de auto-organização, que não pode ser efectuado “sem ter em conta as consequências das interacções comunicativas e perturbacionais daqueles que partilham mais de perto consigo espaços comuns” (ibidem), concorrem a construção de significações através da comunicação e da ligação entre estruturas entre diversos seres vivos, e aquela a que Bateson chamou a dimensão de criatividade e de mudança de qualquer organismo. Vemos, pois, mais uma vez, como comunicação e criatividade se relacionam na construção e organização do conhecimento humano. Por outras palavras, “tanto a comunicação perante uma linguagem simbólica como o acesso consciente aos próprios pensamentos ou representações estariam estreitamente relacionados à nossa capacidade de conhecer e de acumular os conhecimentos adquiridos” (Pozo, 2003: 14). A plenitude do ser humano e, portanto, a plenitude da hominização, só se “completa num processo de humanização mediante o acesso, culturalmente mediado, a novos sistemas de representação e conhecimento, em contínua evolução cultural, que abrangem também novas formas de conhecer e, finalmente, novas funções cognitivas” (idem, 14). E neste processo de evolução é importante o papel da consciência, pois o que a física quântica nos ensina é que não é a nossa consciência que cria a realidade, mas antes que a consciência *é* a realidade. De acordo com o físico e autor Amit Goswami, todos temos o hábito de pensar que tudo à nossa volta é uma coisa que existe sem a nossa informação, sem a nossa escolha. Para estarmos de acordo com as descobertas

da física quântica, diz Goswami, temos de banir esse tipo de pensamento. Em vez disso, temos mesmo de reconhecer que até o mundo material à nossa volta, cadeiras, mesas, salas, tapetes, tudo isso não é nada senão possíveis movimentos da consciência. E eu escolho a cada momento estes movimentos para levar a minha verdadeira experiência a manifestar-se. Assim, acaba a visão dualista e reducionista que a ciência moderna nos tem inculcido entre conceitos como consciência e realidade física, entre mente e matéria, entre espírito e ciência, entre o eu transcendente e natureza, entre deus e coisas. Tudo é interdependente e é por isso que Manuel Curado afirma que a produção que o cérebro faz da consciência não supõe nenhum cenário em que o conhecimento é perfeito e que “o ponto importante é o de que não existe nas formas de conhecimento da consciência nada que seja radicalmente diferente das formas de conhecimento de qualquer outro objecto” (Curado, 2007: 154).

É vasta a literatura que reporta a influência dos meios de comunicação (*media*), relevando os seus possíveis efeitos anti-sociais, podendo mesmo prejudicar o desenvolvimento mental. Como muito bem notou José Nuno Lacerda Fonseca, “se os conteúdos dos *media* influenciam estes aspectos então, possivelmente, também influenciam outros aspectos, igualmente fundamentais na sociedade, como a estruturação dos desejos, os níveis de expectativas, os valores partilhados, os conhecimentos sobre os processos de cooperação social, etc.”(Lacerda, 2001:49-77). Este autor defendia o potencial social dos *media*, sendo este assente na autoconfiança existencial, na adesão a valores éticos de relação social, nas competências e hábitos de execução, na edificação controlada, socialmente coerente e individualmente realizável, dos desejos e expectativas de vida, nomeadamente em relação ao consumo, poder, sexualidade e romantismo e, por fim, na edificação de sistemas de atitudes face à relação social que se repercutam na eficiência das actividades sociais.

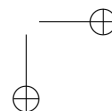
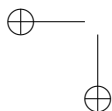
Todavia, na senda deste trabalho, para além do potencial social da comunicação, importa sobretudo salientar o seu potencial individual que nasce, já o disse, precisamente na área que assegura a transição entre o eu e o não-eu, ou seja, entre a perda e a presença marcada pelo paradoxo e pela aceitação do paradoxo e do seu valor. É no reconhecimento deste paradoxo que se dá o reconhecimento mútuo dos outros e, por inerência, o reconhecimento da nossa individualidade no outro, o que, segundo o sociólogo Alain Tourraine, está ligado ao lugar da felicidade. Nesse reconhecimento da nossa individualidade no outro, a comunicação como forma de conhecimento, permite-nos um



equilíbrio de expectativas entre o que damos e o que recebemos. Isto porque, como diz Morin, todas as criações da humanidade provêm das capacidades e do potencial humano que temos.

Poderei, então, concluir que a comunicação é uma forma de conhecimento porque é, acima de tudo, uma ferramenta de equilíbrio: de identidades, de emoções, de tipos de conhecimentos, de memórias, de histórias, de individualidades, de linguagens, de sentimentos, de valores, de crenças e de consciências. E é por este seu papel de equilíbrio que a comunicação pode ser uma forma de aperfeiçoamento espiritual, na medida em que nos faz ir além de simplesmente acreditar na palavra de alguém, pois faz-nos sentir a necessidade (própria a qualquer evolução) de transformar a crença em conhecimento ou a experiência em sabedoria. Transformar esse conhecimento em sabedoria sentida é a maior aventura do desenvolvimento espiritual e exige conhecermo-nos, ou seja, estudarmo-nos a nós próprios na acção, que é relação e que conduz ao nosso progresso ético e intelectual. É neste sentido que existe uma função emancipatória (no sentido utópico) da comunicação. Contudo, actualmente a comunicação e os seus suportes mais não fazem do que criar desinformação, excesso de informação, crenças e distorções. O salto (utópico) que falta dar é fazer com que a comunicação consiga converter o conhecimento a si agregado em sabedoria sentida. Recorde-se que um dos domínios do saber de acordo com as teorias da aprendizagem, sobretudo após os contributos das perspectivas cognitivistas e humanistas, é o do *saber ser* ou *estar*. Assim, a comunicação contribuirá para que o ser humano atinja um equilíbrio evolutivo.

Interessa agora saber como é que essa função de equilíbrio da comunicação se manifesta. A meu ver, esta função tem sido negligenciada e mesmo ausente na comunicação, pois não tem sido utilizada para promover uma auto-reflexão. Aliás, ao contrário de autores como Beck, Giddens e Lash (1994), não considero que estejamos a viver tempos propícios à auto-reflexão, sendo antes talvez um período de transição entre o que se convencionou chamar de modernidade (marcada por valores como a liberdade, igualdade, autonomia, subjectividade, justiça, solidariedade plenos de antinomias e sujeitos a uma forte carga simbólica) para a real contemporaneidade. No que toca à comunicação social em geral, e aos *media* em particular, noto que a comunicação ao estar «presa» a esse sentido transicional (ou seja, demasiado atida ao paradigma comunicacional de Shannon e Weaver e, portanto, às funções



de transmissão e mediação⁸, não tem contribuído, nos tempos mais recentes, e ao contrário do que aconteceu, por exemplo, no século XIX, para ser realmente emancipatória. Quer enquanto prática social quer como processo individual que visa o conhecimento, a comunicação deve ser emancipatória da nossa identidade, das nossas emoções, das nossas acções, dos nossos pensamentos, da nossa organização e, logo, do nosso conhecimento. A comunicação é emancipatória se conseguir ser mais do que uma construção, uma reconstrução transcultural e transpessoal que leve à acção, sendo que “a acção e a produção estão relacionadas com o pensamento, com a contemplação e até com a teoria” (Morin, 2007:21). Desta forma, a comunicação, tal como o conhecimento e a utopia, deve visar uma acção que se destina a clarificar ou a resolver uma problemática da vida, da sociedade e da educação (Morin, 2004), pois é esta acção que lhe vai impor um eixo de consciência ligado ao eixo do conhecimento e de ciência, o qual não se desprende de uma certa subjectividade. A comunicação configura-se, assim, como um saber, se entendermos o saber, como diz Foucault, como aquilo de que se pode falar numa prática discursiva que por isso mesmo se especifica (Foucault, 2005). A esta ideia Thielen acrescenta que “a emancipação existe nestas transições como negação real da dominação anterior e como saudade, desejo, intento, ideias

8. Note-se que, inclusivamente, James Carey, um teórico da comunicação que leccionou cursos de estudos culturais e de jornalismo a Durkheim, Weber, Goffman e à escola de Chicago, teve como uma das suas ideias mais influentes a *teoria ritual da comunicação*, em que a comunicação é definida como a passagem de ideias de um ponto para outro, ultrapassando a tradicional teoria da transmissão. A perspectiva de transmissão na comunicação é a mais comum: enviar, transmitir, dar informação aos outros. É formada por uma metáfora de geografia ou transporte. No século XIX, o movimento de bens e pessoas e o movimento da informação eram vistos como essencialmente processos idênticos e ambos descritos pela palavra comunicação. O centro desta ideia de comunicação é a transmissão de sinais ou mensagens à distância com o objectivo de controlo. É a perspectiva de comunicação que deriva de um dos mais antigos sonhos humanos: o desejo de aumentar a velocidade e efeito das mensagens à medida que viajam no tempo. As mensagens podem ser produzidas e controladas centralmente pelo monopólio da escrita ou pela produção rápida da imprensa, que precisam de ser distribuídos para alcançarem o efeito desejado, de transporte rápido. Já a perspectiva de ritual na comunicação, apesar de ser mais antiga, é perfilhada neste trabalho e liga-se a termos como partilha, participação, associação, comunidade e posse de fé comum. A definição explora a identidade antiga e as raízes comuns de termos como comunidade, comunhão, comunalidade, comunicação. A perspectiva ritual da comunicação dirige-se não à extensão das mensagens no espaço mas à permanência da sociedade no tempo, não é o acto de repartir informação mas a representação de crenças partilhadas.

e utopias, às vezes, vestígios e experimentos reais duma vida social e com a natureza livre e justa” (Thielen, 1998: 107). A este propósito, a comunicação assume também um cariz utópico, pois um dos princípios da função utópica, segundo Espinoza, é o princípio da emancipação. Este

(...) orienta o sentido da ficção figurativa e confere conteúdo, social e histórico, ao futuro que se encontra em construção, na imanência da realidade actual. Desse modo, a figuração utópica insinua, no estado actual da sociedade, a crítica e até rotura com o que nesse estado bloqueia e oprime as aspirações de liberdade, justiça e felicidade. Além disso, prefigura o quadro de relações sociais e de organização política em que se poderá vir a institucionalizar a liberdade, o bem-estar e a felicidade de todos (Abreu, 1993: 19).

No entanto, quando reivindico esta função de emancipação para a comunicação não me aproximo de qualquer espécie de colonialismo, como o que, em alguns casos se passa com o conhecimento científico, como bem alertou João Arriscado Nunes: “a ciência e a racionalidade científica têm a pretensão de legislar sobre as outras formas de conhecimento e experiência, o que corresponde a uma situação de colonialismo, feito de marginalização, descrédito ou liquidação do que não possa ser reduzido aos imperativos de uma ordem racionalizadora” (Nunes, 2003:57-63).

Esta questão torna-se particularmente premente uma vez ultrapassada a crise da modernidade ocidental, “a qual veio mostrar que o fracasso dos projectos progressistas relativos à melhoria das oportunidades e das condições de vida de grupos subordinados tanto dentro como fora do mundo ocidental se deveu, em parte, à falta de legitimidade cultural” (Santos, 2003:3-76). A legitimidade cultural começa, precisamente, na emancipação pessoal de cada indivíduo. Para esta emancipação pessoal, a comunicação assume-se mais do que como um processo ou sistema social, como um movimento social que deve esbater a tensão entre regulação social e emancipação social, na medida em que a única regulação nesse movimento é a que vem do interior de cada indivíduo, do conhecimento de cada indivíduo e não de quaisquer mecanismos político-sociais. Nesta lógica de emergência de uma nova configuração da comunicação que defendo, torna-se visível o esgotamento do paradigma da modernidade “que pôs a descoberto a riqueza e vastidão da experiência social que ele inicialmente tornou possível e posteriormente veio a desacreditar, a marginalizar ou, simplesmente, a suprimir” (idem, 3-76). Esta ideia

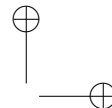
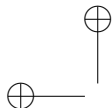
é, aliás, muito bem explorada por Zygmunt Bauman quando evidencia a impossibilidade humana de manter essa organização como uma entidade fixa, imutável, à qual nada escaparia e que, por isso mesmo, teria uma ambição totalizadora. Ao nomear algo, o sujeito procede automaticamente a uma divisão entre aquilo que cabe dentro da classe instituída e tudo o que fica no exterior; ora, é o acto de resistência que consiste em não se deixar enquadrar nas classes definidas que faz nascer a ambivalência. Esta, por seu turno, obriga a um novo esforço de classificação: “a ambivalência só pode ser combatida por uma nomeação ainda mais exacta e classes definidas de modo mais preciso ainda; isto é, com operações tais que farão reclamações ainda mais exigentes (contrafactuais) à descontinuidade e transparência do mundo e dando assim mais lugar à ambiguidade” (Bauman, 2007:15). O autor transferiu, e muito acertadamente, esta questão para o que chamou de modernidade por ser esse um tempo especialmente marcado pela vontade de organizar, de impor uma ordem, como é fácil de confirmar em vários domínios.

Na sua obra *Modernidade e Ambivalência*, de 1991, mas só traduzida para português em 2007, Bauman invoca *Faces of Modernity*, de Matei Calinescu, onde se defende a existência de duas modernidades distintas: a *burguesa*, apresentada como uma fase da história da civilização ocidental, e a *estética*, que reage contra o entusiasmo positivista da primeira e se empenha em expor a negatividade do mundo. Esta será, em comparação com a primeira, equivalente à ambivalência na sua relação disfórica com a linguagem, uma vez que se esforça por demonstrar a impossibilidade humana de encontrar a ordem perfeita a que aquela aspira. Assim, a “prática tipicamente moderna, a substância da política moderna, do intelecto moderno, da vida moderna, é o esforço para exterminar a ambivalência: um esforço para definir com precisão – e suprimir ou eliminar tudo o que não pudesse ser ou não fosse precisamente definido” (Bauman, 2007:19). A partir daqui é fácil compreender como a fragmentação do mundo pode ser uma vitória da modernidade, visto que é precisamente essa sua característica que reduz a dificuldade em controlá-lo. Quanto maior for a autonomia das partes, maior será também a possibilidade de circunscrever os problemas e, em consequência, de os afrontar, isto é, de os submeter a uma determinada ordem. E o que Bauman, ao longo do livro, tenta fazer é demonstrar que a modernidade sempre se caracterizou pela busca incessante de uma ordem exclusiva (por definição) e como essa tarefa de classificação nunca deixou de constituir um absoluto inalcançável. Perante este

inalcançável, Bauman parece deixar a questão: o nosso tempo, à entrada do século XXI, parece estar já marcado por uma aceitação da ambivalência ou, pelo menos, por um abrandamento da vontade de impor uma ordem definitiva ao mundo. Abandonada a auto-ilusão que sustentou a modernidade e serviu de justificação para que tantos intelectuais fechassem os olhos à barbárie do presente, então vista como uma etapa na caminhada para um futuro radioso, a questão agora será compreender se isso representa “uma satisfação final, uma emancipação ou o fim da modernidade” (Bauman, 2007:206).

Já para Marshall Berman, existe uma experiência vital – experiência de tempo e espaço, de si mesmo e dos outros, das possibilidades e perigos da vida – que é compartilhada por homens e mulheres em todo o mundo. A esse conjunto de experiências, o autor chamou de *modernidade*, que acabou por se apresentar sob a forma de um turbilhão que envolve o indivíduo pelo clamor de desenvolvimento e revolucionário da sociedade moderna. É por isso que, considera o autor, as mais sólidas convicções estão destinadas a desaparecer, a serem sucessivamente substituídas, num ciclo que acompanha o homem desde os primórdios da humanidade. Neste sentido, para Berman, a modernidade assemelha-se a um turbilhão paradoxal entre a construção e a destruição que, por exemplo, qualquer habitante de grandes centros urbanos conhece bem e a que os mais velhos costumam chamar de “vida moderna”. Viver a modernidade é, portanto, arriscar-se ao perigo de enfrentar o novo, o inseguro. É viver a possibilidade da aventura, do poder, da alegria, da autotransformação e da transformação das coisas em redor, mas, ao mesmo tempo, é lidar com a possibilidade de destruição de tudo o que se tem. Berman diz que para se ser inteiramente moderno é preciso ser-se antimoderno, pois é impossível viver-se a modernidade sem se contestar algumas das suas realidades mais palpáveis. Esse turbilhão da vida moderna é alimentado por muitas fontes, entre as quais as descobertas científicas, a industrialização, a globalização e outros fenómenos similares. Na linha de Berman e de outros filósofos, podemos dizer que a modernidade despontou como uma utopia positiva, com a promessa de um novo alento à humanidade. A ideia de ordem e progresso disseminou a ilusão de que os homens finalmente caminhavam em direcção à felicidade.

Se acompanharmos Singer, este destaca, entre as muitas ideias que se sobrepõem na referência à modernidade, três aspectos que dominam o pensamento contemporâneo. A modernidade sob o aspecto de um conceito moral e político remete-nos para a experiência de “desamparo ideológico” diante



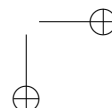
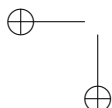
da demolição de um mundo feudal e sagrado, colocando em suspensão normas e valores até então aceites hegemonicamente. Enquanto conceito cognitivo, a modernidade revela a sua função de “moldura intelectual” que define e enquadra a realidade a ser percebida de acordo com os critérios da racionalidade instrumental. Finalmente, como um conceito socio-económico, a modernidade aponta para transformações e inovações sociais e tecnológicas como “industrialização, urbanização e crescimento populacional rápido; proliferação de novas tecnologias e meios de transporte; saturação do capitalismo avançado; explosão de uma cultura de consumo de massa e assim por diante” (Singer, 2001:115). Já Magalhães identifica uma viragem epistemológica da sociologia da ciência, dado que:

“o modelo moderno de ciência era – e, em muitos aspectos, ainda é – o paradigma hegemónico de conhecimento (. . .). Há uma forte corrente epistemológica que afirma que estão a surgir cada vez com maior acrimónia e abundância sinais de crise provenientes de fora e de dentro do paradigma da ciência dominante. De dentro, a crise parece resultar da erosão da posição totalitária da ciência como sendo o conhecimento *par excellence*, de fora, a crise parece encontrar a sua origem na excessiva cientificação do pilar da emancipação, combinada com o desequilíbrio entre este e o pilar da regulação, exercendo ambos estes aspectos pressão no sentido de a ciência examinar a sua própria consciência” (Magalhães, 2004:180).

Para finalizar a abordagem a este tema da relação entre comunicação e conhecimento, valerá a pena socorrer-mo-nos da literatura sobre gestão do conhecimento que, tal como notou Fernando César Lima (Lima, 2007), sugere que existe, sobretudo no contexto das organizações académicas e empresariais, uma estreita relação entre os processos de gestão de conhecimento, de comunicação e cultura do meio. Se até aqui vimos como a comunicação é uma forma de conhecimento mais do que uma forma de transmissão de informação ou de conhecimento, a perspectiva da gestão de conhecimento mostra-nos como a comunicação deve ser vista como um elemento de forte influência no desempenho das actividades organizacionais e subjacente a todas elas.

Conclusão

Este artigo sublinha a existência de uma metamorfose do tecido comunicacional, mas também científico sustentada pela expansão de uma íntima



relação entre comunicação, conhecimento e emoção. Dessa forma, comunicar é também conhecer, conter e organizar de uma forma que comova, ou seja, que coloque a emoção em movimento e crie experiências. Para tal, será necessária a articulação entre criatividade e utopia, que influencia o percurso emoção – conhecimento – acção e respectivas consequências na comunicação de ciência actual.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Luís Machado de, *Spinoza – a utopia da razão*. Veja, 1993.
- ARNTZ, William, Chasse, Betsy, Vicente, Mark, *Afinal, o que sabemos nós?* Lisboa: Sinais de Fogo, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt, *Modernidade e Ambivalência*. Lisboa: Relógio d'Água, 2007.
- BERMAN, Marshall, *Tudo que é sólido desmancha no ar*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- CANAVARRO, José Manuel, *Ciência e Sociedade*. Quarteto, 1999.
- CORREIA, João Carlos, *A emergência do individualismo na cultura mediática Contemporânea*, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/>.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly, *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. New York: Harper Perennial, 1996.
- CURADO, Manuel, *Luz misteriosa. A consciência no mundo físico*. Famação: Quasi, 2007.
- DARRÉ, Jean-Pierre, *A produção de conhecimento para a acção – argumentos contra o racismo da inteligência*. Lisboa: Instituto Piaget, 2002.
- FONSECA, José Nuno Lacerda, *Regulação política dos meios de comunicação social*. *Sociologia, Problemas e práticas*. 35: 49-77, 2001.
- FOUCAULT, Michel, *Arqueologia do saber*. Coimbra: Almedina, 2005.
- GIL, Fernando (coord.), *A ciência tal qual se faz*. Lisboa: Edições João Sá da Costa, 1999.

- GROSS, J. J., & Thompson, R. A., Emotion regulation: Conceptual foundations. In J. J. Gross (Ed.), *Handbook of emotion regulation* (pp. 3-24). New York: Guilford, 2007.
- LEITE, Fernando César Lima, “Comunicação científica e gestão do conhecimento: enlaces conceituais para a fundamentação da gestão do conhecimento científico no contexto de universidades”. *TransInformação*, Campinas, 19:139-151, 2007.
- LOPES, Conceição, *Comunicação Humana- Contributos para a busca dos sentidos do humano*. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2004.
- MAGALHÃES, António M, *A identidade do ensino superior – política, conhecimento e educação numa época de transição*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.
- MARCOS, Maria Lucília, *Princípio da relação e paradigma comunicacional*. Lisboa: Edições Colibri, 2007.
- MORIN, André, *Pesquisa- Acção integral e sistémica. Uma antropologia renovada*. Rio de Janeiro: Dp&A, 2004.
- MORIN, Edgar, *O método III – O conhecimento do conhecimento*. 2ª edição. Lisboa: Publicações Europa- América, 1996.
- MYERS, D., *A pox on all compromises: Reply to Craig (1999)*. *Communication Theory*, 11, 231-240, 2001.
- OLIVEIRA, Clara Costa. *Auto-organização. Educação e saúde*. Coimbra: Ariadne editora, 2004.
- POZO, J.L., *Aquisição de conhecimento*. Artmed editora, 2003.
- SANITT, Nigel. *Ciência enquanto processo interrogante*. Lisboa: Instituto Piaget, 2000.
- SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). *Conhecimento Prudente para uma vida decente*. Porto: Edições Afrontamento, 2003.
- THIELEN, Helmut, *Além da modernidade? Para a globalização de uma esperança conscientizada*. São Paulo: Editora Vozes, 1996.
- VILLAVERDE, Marcelino Agís, *Del’ símbolo a la metáfora*. Universidade de Santiago de Compostela, 1995.
- WOLTON, Dominique, *Pensar a Comunicação*. Lisboa: Difel, 1999.