

A Televisão como Fonte de Informação Científica

Denise da Costa Oliveira

A sociedade da informação, assim chamada por produzir e depender de um alto nível de informação, estabeleceu-se paralelamente à pós-modernidade. Nesse período as relações entre o saber e o cientista-pesquisador mudaram. Se antes as informações geradas pelos cientistas tinham como função romper com o senso comum visando ao desenvolvimento moral e espiritual, na sociedade da informação pós-moderna as informações são produzidas para gerar lucro (ou para serem trocadas, como bem econômico).

O processo econômico que fornece valor de troca à informação científica e tecnológica envolve ideologia e um discurso retórico. Para tal são utilizados argumentos verossímeis, geralmente apoiados em premissas socialmente aceitas. A informação como mercadoria também é reforçada pelos meios de comunicação de massa e, em especial pela televisão, que mantém a audiência entretida enquanto divulga espetáculo mesclado com informação.

A sociedade da informação

Valorizando o pensamento racional, a modernidade expandiu a razão como argumento para a manutenção de uma nova ordem. Essa ordem explicaria de forma científica os fenômenos naturais e até mesmo os sociais. Com a evolução tecnológica promovida por duas guerras mundiais, as sociedades mais desenvolvidas industrialmente receberam a denominação de sociedades da informação, sociedades pós-modernas, pós-industriais e de massa.

O ritmo das mudanças sociais, econômicas, culturais e científicas acelerou-se intensivamente. Conseqüentemente, notaram-se mudanças no universo sociológico e intelectual entre as gerações. As crianças passaram a ser preparadas para um futuro desconhecido, numa ruptura brusca com o passado e com a tradição.

A informação científica e tecnológica tornou-se síntese da nova racionalidade promovendo a ênfase quantitativa e as relações funcionais na busca de "otimização" do tempo e da produção. De acordo com V. Araújo, "O poder da informação, aliado aos modernos meios de comunicação de massa,

tem capacidade ilimitada de transformar culturalmente o homem, a sociedade e a própria humanidade como um todo" (1991, p.37). A informação divulgada pelos meios de comunicação de massa cria a categoria que Morin chama de "homem médio", um espectador que recebe "passivamente" as mensagens transmitidas, unido a vários outros social, cultural e economicamente diferentes.

Desde o século XIX a informação vinha desempenhando importante papel no desenvolvimento científico e tecnológico (na organização, na difusão, e no uso do conhecimento como recurso para a geração de novos conhecimentos). A fusão da ciência e da inovação (a possibilidade de crescimento tecnológico sistemático e organizado) constituiu-se num dos esteios das sociedades pós-industriais (Bell, 1977, p.224). A partir desse momento o conhecimento passou a ser pago, sujeito ao julgamento do mercado e capaz de reproduzir o sistema (na medida em que produz novas informações).

Da forma como está estruturada, a sociedade de massa não pode prescindir da informação. Informação que agora é transmitida por periódicos técnicos, revistas, jornais, canais de TV e emissoras de rádio. Foi a partir da segunda metade do século XX que se observou a "explosão informacional", possibilitada pelos avanços tecnológicos e pela necessidade dos indivíduos de suprir a falta de comunicação interpessoal.

A sociedade da informação é fruto do desenvolvimento urbano, do desenvolvimento econômico das cidades e do desenvolvimento tecnológico. Esses elementos possibilitaram a reunião de populações numerosas que precisavam de informações para serem ordenadas e em última instância, controladas socialmente.

A informação na pós-modernidade

Por volta dos anos 50, no início da era pós-industrial (nos países desenvolvidos), houve modificações substantivas nos estatutos da ciência e da universidade provocadas pelo impacto das transformações tecnológicas sobre o saber. Mesmo a filosofia tornou-se, então, metadiscorso de legitimação da ciência, na busca de argumentos legitimadores da produção científico-tecnológica.

Utilizando as concepções de Aristóteles,

pode-se dizer que nesse esforço de legitimação foi empregado o raciocínio dialético, base da retórica. Segundo ele, o raciocínio dialético se constrói através da verossimilhança, uma outra categoria que não a do verdadeiro/falso. Isso porque as idéias de verdade e falsidade como elementos excluídos é estranha à retórica. O elemento que organiza o discurso retórico é verossímil e tem a aparência de verdade sem que seja necessariamente falso. "Enquanto a verdade típica do raciocínio analítico estabelece um processo de exclusão, a verdade no raciocínio dialético reside no grau de aceitabilidade coletiva das idéias propostas." (Oliveira, 1990, p.17)

Conforme Wilmar Barbosa, para o filósofo moderno, herdeiro do Iluminismo, a ciência existia e se renovava em si mesma, era uma atividade nobre, desinteressada, com função de romper com "as trevas", com o mundo do senso comum e das crenças tradicionais, para atingir o desenvolvimento moral e espiritual da nação (1986, p.viii). Já na era pós-moderna a ciência é encarada como "tecnologia intelectual", como valor de troca, desvinculada do produtor (cientista) e do consumidor. Uma prática submetida ao capital e ao Estado. A isso Lyotard chama de "deslegitimação".

O pressuposto básico da pós-modernidade é que sem saber científico e técnico não há riqueza. "A idéia baconiana de que o conhecimento é poder parece, sem dúvida, animar a construção do dispositivo pós-moderno de legitimação". (Barbosa, 1986, p.xiii)

Hoje, mais do que em qualquer outra era, se produz ciência e tecnologia. E quase todos os cientistas trabalham com patrocínio de indústrias ou governos e têm que produzir informação. São avaliados por isso. Na verdade, na pós-modernidade a informação transforma-se em um bem restrito, o qual, sem perder seu característico valor de uso, assume, definitivamente, a característica de valor de troca (Araújo, 1991, p.38). Na pós-modernidade a informação assume um papel político e econômico, passando a atender a empresas e instituições, como um fator fundamental para a própria reprodução do capital.

A informação torna-se bem de consumo e de produção: uma mercadoria. E como mercadoria, em lugar de aparecer como resultado de

relações sociais enquanto relações de produção, aparece como um bem que se compra e se consome (Chauí, 1985, p.56). Esse é o primeiro momento do fetichismo, da reificação - a mercadoria como fetiche que existe em si e por si - e que constitui o esteio da sociedade da informação.

No contexto da sociedade da informação até as forças de trabalho sofrem modificações: aumenta a especialização das funções, desde o campo econômico até o intelectual. Paralelamente a ideologia dominante reforça o desenvolvimento científico e tecnológico como solução para os problemas da humanidade. Dessa forma, a questão social, a exploração, o "resíduo social" não são considerados e as contradições não são encaradas. São tratados retoricamente. A consequência do avanço tecnológico é a ocorrência de uma nova divisão do trabalho, em que a tecnologia - ou conhecimento tecnológico - passa a ser fator decisivo de hegemonia. (Araújo, 1991, p.42)

A informação como bem econômico

A informação científica e tecnológica também tem sua difusão em função do custo, da atração que pode exercer sobre consumidores, dos benefícios e lucros que pode gerar. Esse processo se dá na sociedade pós-industrial, em um período de tempo menor do que o era necessário antes da 2ª guerra mundial. Esse quadro caracteriza o cientista como trabalhador assalariado de indústrias e coloca seu conhecimento como bem econômico, um fator de produção.

A informação desempenha um importante papel no desenvolvimento econômico e político das sociedades pós-modernas. As tecnologias de informação e de comunicação que tiveram mais impacto nos últimos 20 anos são tecnologias que têm o potencial de transformar o modo como se conduzem os negócios. De acordo com Nick Moore, há pressão para o desenvolvimento de políticas que permitam o uso das informações como um recurso nacional (econômico, social e político) (1993, p.281). Mas, ainda são poucos os esforços de desenvolvimento da informação como estratégia para busca da cidadania através de sindicatos, universidades e para o público em geral. A informação tem uma inegável importância social, apesar disso, o uso que vem recebendo é predominantemente o de mercadoria.

Informação e ideologia

Tomando-se ideologia como a universalidade de idéias das classes dominantes, pode-se dizer que ela é constituída de ilusões, de interpretações baseadas em valores de

determinado grupo social. A ideologia distorce aspectos das culturas para se parecer com tradição, com costumes.

A partir do momento em que cientistas assalariados precisam produzir informações como bens econômicos, está constituído um ambiente propício à divulgação da ideologia. Nele a informação não aparecerá como conhecimento, mas como ocultação, objeto gerador de poder. Conforme explica Chauí, "a ideologia não é um processo subjetivo consciente, mas um fenômeno objetivo e subjetivo involuntário produzido pelas condições objetivas da existência dos indivíduos" (1985, p.78).

Desse modo, nas sociedades pós-industriais, assim como nas industriais, ideologia é o modo de manifestar, através das idéias, a constituição interna de uma sociedade ou grupo social, qual seja, mitos, religiões, política. Ao contrário do sentido que lhe davam os filósofos gregos da Antiguidade: ciência das idéias, conhecimento filosófico de análise das idéias. A diferença básica da ideologia da era industrial e da pós-industrial é que na primeira ela se dá entre a força de trabalho operária e na segunda ela se dá também entre os cientistas.

Outro aspecto da questão ideológica é o do acesso às informações. A "democracia informacional" é relativa e depende do esclarecimento de uma série de reflexões tais como: que informação é posta à disposição; à disposição de quem ela é posta e por quê. Reunidas, todas elas levam à questão do saber conjugado ao poder.

A divulgação científica na sociedade contemporânea - a televisão

Os meios de comunicação de massa proporcionam a oportunidade de sensibilizar a opinião pública e alcançar milhões de espectadores/ouvintes/leitores. Assim como a industrialização criou um mercado de consumo e a necessidade de alfabetização universal, criou também a necessidade de informações sintéticas para o grande número: o jornalismo e o livro, no século passado; o cinema, o rádio e a televisão, neste século. Cada um desses e todos em atrito determinam modificações globais de comportamento da comunidade (Pignatari, 1980, p.14).

No Brasil, a televisão se destaca entre os "mass media" por, através da imagem, gerar credibilidade; pelas baixas tiragens dos jornais e revistas; pelos índices de analfabetismo; pelo alto custo dos veículos impressos em comparação à renda e pelo fato das demais mídias se articularem a partir da programação televisiva.

A televisão implementou a utilização dos meios de comunicação de massa nas sociedades contemporâneas veiculando uma progra-

mação com forte aspecto espetacularizado a fim de atrair uma audiência heterogênea, composta dos mais diversos segmentos da sociedade. O espetáculo também atingiu o telejornalismo. Mesmo as notícias sobre ciência e tecnologia não escapam deste formato. Assim, a informação científica divulgada através da TV recebe um tratamento de curiosidade, de "fait-divers". O paradoxo que se estabelece então é: se por um lado os meios de comunicação de massa promovem o conhecimento e a aproximação do grande público com a ciência, por outro o fazem sob forma de uma reconstrução espetacular da realidade.

Na verdade, os programas televisivos explicitam a dualidade que impera nos meios de comunicação de massa e sobre o qual Morin escreveu: "são distribuídos segundo uma alternância do informativo e do imaginário, do documentário e do espetáculo" (1990, p.98). Então, coloca-se uma questão atual que deve preocupar cientistas, jornalistas e pesquisadores das áreas de Comunicação e Ciência da Informação: a divulgação de temas pelo nível de espetáculo que podem oferecer e não por sua importância social e cultural.

Bibliografia

- ARAÚJO, Vania M.H. *Informação: instrumento de dominação e de submissão*. Ciência da Informação, vol 20, n.º1, 1991, p.37-44.
- _____. *O campo do pós-moderno: o saber científico nas sociedades informatizadas*. Ciência da Informação, vol 18, n.º1, 1989, p.21-27.
- BARBOSA, Wilmar do Valle. *Tempos pós-modernos (prefácio)*. In: LYOTARD, Jean François. *O pós-moderno*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986.
- BELL, O advento da sociedade pós-industrial. São Paulo: Cultrix, 1977.
- CHAUÍ, Marilena. *O que é ideologia*. 18 ed, São Paulo: Brasiliense, 1985.
- MOORE, Nick. *Information policy and strategic development: a framework for the analysis of policy objectives*. Aslib Proceedings, vol 45, n.º11/12, nov/de 1993, p.221-285.
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massa no século XX, vol 1: Neurose*. 8ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.
- OLIVEIRA, Denise da Costa. *A dialética do poder nas relações públicas*. Monografia. Rio de Janeiro, UERJ, 1990. (68p.)
- PIGNATARI, Décio. *Informação, linguagem e comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1980.
- STEINER, George. *No castelo do Barba Azul: algumas notas para a redefinição da cultura*. São Paulo: Cia das Letras, 1991.

Denise da Costa Oliveira

- Mestranda no IBICT/ECO/UFRJ
- Especialista em Sociologia Urbana pela UERJ
- Jornalista e Relações Públicas pela UERJ