

Cientista pop: o pop não poupa ninguém

Bruno Lara - jornalista da UnBTV, pesquisador de pós-doutorado pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade de Brasília (UnB) e editor do blog Dissertação Sobre Divulgação Científica (dissertacaosobredc.blogspot.com).

Luz, câmera, ação! Essa tem sido parte da rotina de alguns cientistas no Brasil desde o início da pandemia. Sem largar os jalecos e laboratórios, muitos deles estão na linha de frente da divulgação científica para defender o legado, a credibilidade e a importância da Ciência, Tecnologia e Inovação (C,T&I) para o progresso do país e o bem-estar humano. Tem crescido a quantidade de cientistas youtubers, podcasters, blogueiros, instagrammers e influencers de um modo geral. O próximo passo é ter um cientista no Big Brother (calma! Brincadeira pra descontrair).

O movimento de projetar mais a ciência na sociedade já vinha tomando contornos de proporções maiores. Mas, a pandemia deu um empurrãozão para elevar a visibilidade da ciência. A área está há meses nas manchetes dos jornais, capas de revistas, é destaque em horário nobre da TV aberta e virou até assunto em mesa de bar (a recomendação não é o distanciamento social?).

A ciência (re) vive um momento em que precisa intensificar quantitativa e qualitativamente a comunicação com a sociedade. Precisa circular com habilidade na esfera pública para propagar a ideia de que sem investimentos humanos, financeiros e materiais pesados na C,T&I, o Brasil não cresce, prospera e se desenvolve. Eu inseri de propósito “humanos” na frente, porque tem crescido um discurso de que dinheiro bem gasto é, principalmente, em tecnologia e equipamentos, em desprestígio às pessoas. Para mim, gente é o maior valor de qualquer projeto.

O sucesso do Brasil enquanto território é “só” um meio (não me interprete mal), porque o fim é o bem-estar do cidadão, da população. A finalidade da economia, da tecnologia etc. é o progresso, a justiça social, a felicidade, a solidariedade entre nós. Se o humano é um empecilho para o progresso do país, algo deve ser repensado p-r-o-f-u-n-d-a-m-e-n-t-e. A preciosidade da vida não pode ser instrumento a qualquer custo para a realização de determinados projetos de nação.

Por isso, antes de os divulgadores e cientistas se lançarem na opinião pública, é importante afinar os conceitos norteadores da narrativa científica, deixando claras quais são as ideias transmitidas. Depois, vamos confiantes aparecer e debater nos meios de comunicação, tanto os tradicionais quanto as redes sociais.

Aliás, cientistas, divulgadores e instituições de C,T&I precisam estar nas redes sociais, querendo ou não. Nessas plataformas estão importantes fluxos de informações que ajudam a formar ideias, influenciar pessoas e (re) formar culturas. Há gerações que têm como referência a Netflix, o Youtube, Whatsapp, Tik Tok etc., e nem sabem bem o que é novela das oito e Faustão. Não quer dizer que devemos menosprezar o ainda influente tradicional modelo de comunicação, mas devemos estar atentos às características e ao potencial dos novos meios de interação. Hoje, as redes sociais são poderosos instrumentos políticos e culturais.

Todos os pesquisadores deveriam criar canais no Youtube, fazer *selfies* e *lives* no Instagram? Claro que não. Espera-se, pelo menos, uma predisposição para os cientistas conversarem com jornalistas, outros divulgadores e as assessorias de comunicação da própria instituição. Muitas vezes, o cientista é pouco acessível até mesmo onde trabalha.

É bem verdade que esse quadro está mudando. Há poucos anos, a consciência acadêmica sobre a relação ciência-sociedade era frágil. O cientista que aparecesse na mídia não raro era mal interpretado pelos pares por se dedicar a “perfumarias”. Mas, o cenário está mudando, tanto pela consciência social, humana e educacional que envolve a divulgação científica, quanto pela acentuada redução dos investimentos na academia. E a perspectiva não é das mais promissoras. Isso exige organização, planejamento e comunicação em todos os seus âmbitos: jornalismo, marketing, publicidade, relações públicas, design etc.

O cientista que tiver perfil, digamos, pop e for proativo na divulgação, ótimo! Mas, os pesquisadores menos midiáticos interessados em divulgar pesquisas, precisam ter à disposição setores estruturados nas instituições. Se a divulgação científica depender da boa vontade individual, ficará limitada ao amadorismo e ao suor sem grandes resultados. Este campo precisa ter peso institucional e no sistema de C,T&I. Isso inclui reconhecimento, pontuação adequada no progresso da carreira e valorização nos editais de fomento à pesquisa, bem como nos processos seletivos para a docência. Nos Estados Unidos, por exemplo, o cientista que concede entrevistas na mídia tem mais “moral” para ter pesquisas financiadas

Da mesma forma que a ciência precisa ser tema na sociedade, a divulgação científica precisa ser pauta na academia. Eu costumo dizer que a distância entre ciência e sociedade é proporcional à distância entre cientista e divulgador. Se o pesquisador e a cultura acadêmica não compreendem o valor de socializar a produção de C,T&I, por que o cidadão reconheceria a importância do investimento em ciência?

Cedo ou tarde, a pandemia passa. E se nós não soubermos nos organizar, estar na imprensa, nas redes e trabalhar para que a informação científica se mantenha valorizada no mercado das notícias e das conversas cotidianas, perderemos o “espírito do tempo”. Já dizia Zeca: “camarão que dorme, a onda leva”.