

PROCESSOS COMUNICACIONAIS E INFORMAÇÃO CIENTÍFICA: UMA NOVA ANÁLISE DA AÇÃO COMUNICACIONAL DA QUITOSANA

Amanda Karla Bezerra da Silva¹, Sandra Nunes Leite²

1. Estudante de Relações Públicas no Curso de Comunicação Social da Ufal.
2. ICHCA / Ufal - Departamento de Relações Públicas / Orientadora.

Resumo:

A proposição tem por objetivo perceber as articulações entre os processos comunicacionais e a informação, centrando-se no estudo da circulação. Para tanto, torna-se necessário compreender os conceitos que envolvem os termos “comunicação” e “informação”, tomando-se como referencial empírico a “ação comunicacional da quitosana”.

O caso Quitosana nos interessou (e continua despertando inquietações), em especial, pelos deslocamentos e ações que se processaram nos diversos campos dos saberes científicos e ‘populares’, assim como pelo desenho de processos que não se limitaram à questão bipolar da comunicação (emissão/recepção), mas se ampliaram para perceber movimentos que definem a circulação, os deslocamentos comunicacionais.

Palavras-chave: Comunicação; Informação; Circulação.

Trabalho selecionado para a JNIC pela instituição: UFAL

Introdução:

Pode-se caracterizar a Quitosana como uma fibra natural encontrada nas carapaças de crustáceos. Após interesse e pesquisa de um grupo de pesquisadores da Universidade Federal do Ceará (UFC), descobriu-se que a fibra era detentora de múltiplas funções, entre elas a de auxiliar no emagrecimento e na redução dos níveis de colesterol de seres humanos. Verificou-se no caso uma trajetória de sentidos “ascendente” da fibra, que passa de sinônimo de resíduos poluentes (lixo) encontrados nas orlas marítimas brasileiras, para um invento científico que se espalhou e se caracterizou de diversas maneiras: como cápsulas emagrecedoras, patentes, artigos científicos, ‘milagre brasileiro’, alimento funcional, livro, capas de revista, matérias jornalísticas etc. Para se transformar em inovação – e, portanto, adquirir legitimidade

social –, a Quitosana necessitou se revestir de estratégias discursivas que lhe garantissem penetrabilidade nos diversos campos sociais e dos saberes (não somente científicos).

Foi nesse percurso social que estratégias midiáticas foram somadas às estratégias próprias do campo científico, por si só já tomadas/contaminadas pelo comunicacional, verificando-se um processo interacional típico da midiáticação: um atravessamento de lógicas de mídia sobre as interações sociais, em que um campo desejou fazer circular, pela ação comunicacional, o seu saber. De que forma, então, essa ação comunicacional articula a informação para compor deslocamentos e transformações? É preciso, então, compreender as cenas delineadas pelas interações entre seus atores.

Metodologia:

A abordagem aqui proposta sobre a Quitosana se caracteriza como um estudo de caso. A pesquisa é também considerada qualitativa e tem caráter exploratório e descritivo.

Os elementos necessários à descrição e à análise dos processos comunicacionais foram extraídos do site <http://quitosana.spaceblog.com.br/>, uma espécie de blog que reúne informações e notícias de outros veículos de comunicação, além de resumos de artigos científicos sobre a quitosana e é indicado como fonte de notícias sobre a fibra no site do Parque de Desenvolvimento Tecnológico da Universidade Federal do Ceará (PADETEC)¹ em um link descrito como: “Tudo sobre a quitosana”.

O blog possui cerca de 117 artigos publicados entre 2007 e 2013 e em sua maioria apresenta resumos de artigos científicos que abordam pesquisas e testes realizados através da ingestão ou aplicação da quitosana em humanos e animais. Além disso, também são apresentadas pesquisas sobre a utilização e aproveitamento da quitosana em produtos com finalidades diferentes, como por

¹ <http://www.padetec.ufc.br/>. Último acesso realizado em 30 de agosto de 2016.

exemplo, na adição da fibra a cereais matinais com o intuito de aumentar a concentração de vitamina A nesses alimentos e sua utilização na produção de etanol que proporciona o aumento da produtividade do combustível.

Além do site anteriormente citado, foram analisadas na pesquisa: 1) o livro “Quitosana: a fibra do futuro”, declarado como um livro acadêmico-popular e destinado a grande abrangência (por sua “tiragem”); 2) as peças publicitárias (folhetos e anúncios); 3) os materiais jornalísticos relativos ao PADETEC, no período de 1995 a 2001, demonstrando semelhante movimento (gráfico) à “avalanche científica” (de artigos e patentes); 4) as produções científicas (“avalanche científica”); 5) a entrevista do professor Afrânio Craveiro (pesquisador cearense); 6) o discurso do Senador cearense, defendendo o projeto de lei que inscreve o conceito de alimentos funcionais na legislação brasileira.

A finalidade seria ter em mãos os diferentes textos produzidos pelos diferentes campos/diferentes atores para verificar as estratégias por eles utilizadas; entender o funcionamento das instâncias dentro do caso quitosana; entender as ações midiáticas no espaço da inovação (universidade/empresa/governo), considerando que a mídia exercita aí uma pressão sobre os demais campos.

Esse conjunto de materiais nos encaminhará a realizar reflexões para que possamos entender como se deram as articulações entre os processos comunicacionais e a informação científica.

A escolha dos materiais se vincula à compreensão das articulações, através das quais será possível perceber o processo de tratamento e transformação dos sentidos da informação motivados pelo processo comunicacional. Buscamos compreender como os processos comunicacionais se articularam com a informação científica, o percurso da inovação e as estratégias que definiram a “ação da quitosana”, as alianças e os vínculos que possibilitaram sua legitimação. Que sentidos podemos perceber nos conceitos de informação e comunicação?

Resultados e Discussão:

As ações comunicacionais realizadas no Caso Quitosana - fibra extraída da carapaça de crustáceos - foram de importante influência para que a circulação e comercialização, de forma legal, das cápsulas do produto fossem possíveis no Brasil. Os materiais jornalísticos publicados apresentavam elementos que demonstravam articulações de aspectos

culturais, econômicos, políticos e científicos. Tais matérias refletem a ação dos pesquisadores e cientistas do Parque de Desenvolvimento Tecnológico da Universidade Federal do Ceará (PADETEC/UFC), que após o invento das cápsulas, elaboraram diversos materiais de cunho acadêmico e científico afirmando a qualidade e eficiência do produto como alimento funcional, de forma a dar credibilidade às pesquisas para justificar uma alteração na lei, provocando movimentos e envolvimento de outros campos sociais.

Os investimentos em estratégias de comunicação por parte do laboratório científico buscaram traduzir suas pesquisas para uma linguagem mais popular e tornar o produto em questão conhecido socialmente. Estas estratégias provocaram movimentos na mídia nacional que, por sua vez, serviu como estimuladora do debate acerca da legalização da quitosana. Para além disso, tornar a quitosana um produto público resultou em curiosidades, por parte da população, a respeito de seu funcionamento, benefícios e validade. O que fez com que outros atores sociais se utilizassem de diversos instrumentos, principalmente digitais, para colher e disseminar informações a respeito da invenção.

Identificamos e analisamos com o aporte teórico, considerando a comunicação e a informação, os processos comunicacionais no caso, a partir da leitura e análise das publicações midiáticas e científicas. Entre essas publicações está o blog da quitosana, que se torna uma espécie de “clippador”, pois além de produzir notícias e posts com perguntas e respostas mais frequentes, também reúne informações sobre o substrato de crustáceos de vários veículos como jornais de universidades (ex. Unicamp e UFRJ), jornais de alta circulação como Folha de São Paulo e Diário do Nordeste, artigos científicos e ensaios resultantes de pesquisas com a quitosana. Ou seja, o blog provoca movimentos circulatorios em seus leitores, assim como também é provocado a partir das notícias que são divulgadas e artigos que são publicados por outros atores como jornalistas e cientistas. O administrador do site também interage com os leitores, responde a dúvidas e comentários e informa sobre benefícios e sugestões de uso da quitosana, influenciando, desta forma, aqueles que procuram por orientações a respeito do uso do alimento funcional.

É possível perceber, através da criação deste site para tratar do tema específico, uma ação comunicacional que busca divulgar os benefícios da quitosana, esclarecer mitos e

dúvidas, além captar e aproximar seus os públicos. Ainda, é perceptível um viés de ações de marketing, onde é apresentado, em algumas publicações e comentários, o site da empresa Polymar (empresa incubada no PADETEC que fabrica a quitosana e seus derivados) como o melhor local para se comprar o produto original a um preço justo.

Na análise, foi percebida uma intensa interação no blog, em seu período de publicações entre 2007 e 2013, que chegou a ter mais de mil comentários em uma única postagem. Como Leite (2006) explica, a quitosana resultou de uma invenção (o descarte de lixo) que antecedeu os procedimentos científicos (pesquisa), e ganhou evidência nos “investimentos” (estratégias de comunicação) por ela provocados para que viesse a se tornar sinônimo de conceitos específicos em cada campo e ganhasse formas/expressões na esfera social.

Conforme refletido por Braga, já não se trata da questão bipolar (emissão/recepção), restrita à relação no instante do ato singular do processo comunicacional, mas no conjunto de ações que a partir daí se desenvolvem (“fluxo adiante”). Sendo assim, é possível perceber, como Latour (2012), que o ator não age só, nunca está sozinho e, por isso, não é a origem da ação, mas participa de um curso de ações possibilitadas, autorizadas, sugeridas, interrompidas, proibidas (etc.) por diferentes agentes, gerando traços nesse movimento (“conexões sociais”), e, portanto, delineando a circulação.

As evidências de deslocamentos na controvérsia da quitosana nos permitem concordar com a afirmação de Latour (2012, p.75) de que o ator “não é a fonte de um ato e sim o alvo móvel de um amplo conjunto de entidades que enxameiam em sua direção”. Nesse sentido, quem seria aquele que age? Onde estaria o ponto de partida no fluxo?

Para Latour (2012, p. 74), essa “ação [social] deve permanecer como surpresa, mediação, acontecimento” e, portanto, como algo possível de ser assumido por atores os quais podem levá-la em frente, num fluxo contínuo (como afirma Braga), observando-se os circuitos múltiplos “encontrados na prática social”.

Se entendermos que cada ator é, na verdade, um ponto de atração e que não apenas transporta os sentidos, mas interage nessas conexões, tem-se, então, um conjunto de ações as quais se constituem nas mediações. Poderíamos dizer, portanto, que a comunicação é esse fenômeno de circulação de sentidos por ações dos grupamentos, compreendendo transformações ao longo de

uma cadeia de interações.

Conclusões:

Pode-se compreender que os processos comunicacionais mobilizam deslocamentos dos atores participantes da cena da ação e que, desta forma, evidenciam-se tentativas no processo (BRAGA, 2011) de “induzir alguém a fazer alguma coisa” (LATOURE, 2012, p.92), a exemplo das respostas dadas pelo administrador do blog às pessoas que tinham dúvidas sobre a quitosana.

Os processos comunicacionais - a que queremos apreender como fenômeno em ação - requisitam um olhar abrangente que considere as conexões marcadas por entidades participantes da cena interacional que provoca. Tais conexões dizem respeito aos traços deixados pelos deslocamentos, o que, em nossas análises acerca dos modos de interação observados no caso “quitosana”, nos remete à percepção dos “diferentes mundos que os atores elaboram uns para os outros” (BRAGA, 2011). Nessa elaboração, os participantes no processo agem e podem levar outros à ação, o que não quer dizer que esse seja sempre o resultado alcançado, revelando, por vezes, aparentes desvios e ineficácias.

Compreender a cena das ações/interações que marcam a controvérsia impulsionada pela relação laboratório científico/universidade com diversos grupamentos sociais, a partir de “um lugar de observação” - definido como “dispositivos interacionais” (BRAGA, 2011) - requisitou a identificação de atores que nos possibilitaram a descrição e a análise dos deslocamentos comunicacionais que encadearam tal sistema de relações. A partir desse olhar passamos a “determinar o que age e de que maneira age” (LATOURE, 2012, p. 94). Buscamos, então, perceber os modos empreendidos pela “quitosana” (Universidade) nos momentos em que buscava percorrer, conceitualmente, os grupamentos sociais, de forma a tentar seguir cada deslocamento revelado por suas ações para o processo comunicacional.

As cenas, dessa forma, se constituem por pontos os quais agem plenamente, nunca sozinhos e, por se moldarem como fluxo social contínuo, difíceis de serem caracterizados como ponto de partida da ação, mas compondo o espaço da circulação.

Este espaço é povoado por mediadores e, como tais, estes não se constituem em protegidos (livres de transformações) transportadores de significados ou forças, ou seja, meros intermediários. Como mediadores,

eles não são causa, uma vez que “transformam, traduzem, distorcem e modificam significados ou elementos que supostamente veiculam” (LATOOUR, 2012). Por isso, induzem ações de outros com os quais compõem o contexto interacional marcado por trajetórias e encruzilhadas, desvios e ineficácias.

Os movimentos da sociedade para tornar visíveis as controvérsias impulsionadas pela atividade científica resultando na possibilidade de emagrecimento/saúde, podem, então, ser entendidos como tentativas de determinados participantes. Quando percebemos o sistema de relações, povoamos esta cena por diversas outras ações advindas de diferentes agrupamentos sociais.

Tais agrupamentos, por sua vez, são mobilizados a agirem e a se deslocarem na cena, provocando movimentos da quitosana/universidade, o que nos indica as tentativas não só dos diversos grupos, mas também do processo. Chega-se a um entendimento de que assim navegamos “nesse espaço achatado” com o qual “passamos a focalizar melhor aquilo que circula, conseguindo perceber muitas outras entidades cujo deslocamento mal era visto antes” (LATOOUR, 2012, p. 295).

Podemos dizer que a disposição do laboratório em pretender alcançar resultados positivos da sua descoberta e atividades, aliada à necessidade da visibilidade imposta pela controvérsia em torno das cápsulas do emagrecimento, delineiam itinerários que antecedem a tentativa de percurso. Tais itinerários, a que chamamos de ação, alcançam a quitosana/o laboratório que enchem sua atuação de elementos gerados por outras mediações e vindos de outros lugares que acabam por afetar o contexto interacional referido.

Referências bibliográficas

BRAGA, José Luiz. Dispositivos Interacionais. (apresentado no GT Epistemologia da Comunicação, 2011).

BRAGA, José Luiz. Uma heurística para a pesquisa comunicacional (apresentado no Seminário PROCAD Unisinos/UFMG/UFJF

BRAGA, José Luiz. La política de los internautas es producir circuitos. In Carlón, Mário e Fausto Neto, Antonio (orgs.) **Las políticas de los internautas**, Buenos Aires: La Crujia, 2011.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus Campos Sociais (encaminhado para o Livro Compós 2012).

BOURDIEU, P. **Pierre Bourdieu** entrevistado por Maria Andréa Loyola. Rio de Janeiro:

EdUERJ, 2002.

_____. **Os usos sociais da ciência**: por uma sociologia do campo científico. Tradução de Denice Barbara Catani. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

LASCOUMES, Pierre; LE GALÈS, Patrick. **Sociologia da ação pública**. Tradução e estudo introdutório George Sarmento. Maceió, 2012.

LATOOUR, B. **A esperança de Pandora**: ensaios sobre a realidade dos estudos científicos. Bauru/SP: EDUSC, 2001.

_____. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador: EDUFBA, 2012; Bauru, São Paulo: EDUSC, 2012.

LEITE, Sandra Nunes. **Ação comunicacional da quitosana**: o percurso social da invenção. São Leopoldo-RS: Tese defendida na Universidade do Vale do Rio dos Sinos, sob orientação do Prof. Dr. José Luiz Braga. 2006.

_____. **A lógica midiática na ação comunicacional da inovação**. Maceió: EDUFAL, 2009.

MALHOTRA, N. K. *et al.* **Introdução à Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

PADETEC. <<http://www.padetec.ufc.br/>>. Último acesso realizado em 30 de agosto de 2016.

QUITOSANA Space Blog. <<http://quitosana.spaceblog.com.br/49387/Principais-perguntas-sobre-Quitosana/>>. Último acesso realizado em 30 de agosto de 2016

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis-RJ: Vozes, 2014.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987, 175p.