



UM SABER CONTRA A BARBÁRIE: PRIMÓRDIOS DA POPULARIZAÇÃO DE CIÊNCIA NO ESPAÇO PLATINO DE URUGUAI E BRASIL

UN SABER EN CONTRA DE LA BARBARIE: INICIOS DE LA POPULARIZACIÓN
DE LA CIENCIA EN EL ESPACIO PLATINO DE URUGUAY Y BRASIL

A SAVOIR AGAINST BARBARIE: BEGINNINGS OF THE POPULARIZATION
OF SCIENCE IN THE PLATINO SPACE OF URUGUAY AND BRAZIL

Ada Cristina Machado da Silveira

ada.silveira@ufsm.br

orcid.org/0000-0002-7554-2248

Phillipp Dias Gripp

phidgripp@gmail.com

orcid.org/0000-0002-1935-7494

Departamento de Comunicación | Universidad Federal De Santa María | Brasil

RESUMO

O artigo estrutura elementos históricos no aparecimento de publicações dedicadas à cultura científica no Uruguai e na região da Campanha no Estado brasileiro de Rio Grande do Sul e é interrogado sobre os vínculos existentes naquele espaço platino e que favoreceram o surgimento de duas publicações especializadas analisadas em sua vontade de saber e de poder. Eles se salientam aspectos da revista uruguaia *La Propaganda Rural* e as publicações criadas por uma associação de produtores sul-brasileiros, para recuperar elementos de uma certa unidade cultural desprezada pela diferenciação suposta na afirmação dos Estados-nação de Uruguai e Brasil.

RESUMEN

El artículo estructura elementos históricos sobre la aparición de publicaciones dedicadas a la cultura científica en Uruguay y en la región de la Campaña en el Estado brasileño de Rio Grande do Sul y se interroga acerca de los vínculos en aquel espacio platino que favorecieron la aparición de dos publicaciones especializadas en su voluntad de saber y de poder. Se destacan aspectos de la revista uruguaya *La Propaganda Rural* y de las publicaciones de una asociación de productores brasileños del sur, para recuperar los elementos de una cierta unidad cultural despreciada en la supuesta diferenciación en la afirmación de los Estados-nación de Uruguay y de Brasil.

ABSTRACT

The paper structures historical elements on the appearance of publications dedicated to the scientific culture in Uruguay and in the region of the Campaign in the Brazilian State of Big Rio do Sul and is inquired about the nature of linkages that platinum space and that favored the emergence of two specialized publications analysed their willingness to learn and power. Are outlined aspects of the Uruguayan magazine *La Propaganda Rural* and publications created by an association of South Brazilian producers, to recover elements of a certain cultural unity overlooked by the alleged differentiation in the affirmation of the nation-states of Uruguay and Brazil.

RECIBIDO

13 | 08 | 2015

ACEPTADO

16 | 10 | 2015

PALAVRAS-CHAVE

mídia, historia, ciência, popularização

PALABRAS CLAVE

medios, historia, ciencia, popularización

KEYWORDS

media, history, science, popularization

UM SABER CONTRA A BARBÁRIE: PRIMÓRDIOS DA POPULARIZAÇÃO DE CIÊNCIA NO ESPAÇO PLATINO DE URUGUAI E BRASIL

■ *Por Ada Cristina Machado da Silveira e Phillipp Dias Gripp*

Indagar por um passado comum na região banhada pela Bacia do Rio da Prata envolve considerar acontecimentos que teriam se desdobrado em cenários que hoje constituem diversos Estados-nação. A conexão entre comércio, frota naval e cientistas foi fundamental para a integração econômica da região platina à economia mundial. Conhecer os antecedentes da cultura científica no espaço platino supõe o advento de uma rede científica com vistas à melhoria da exploração econômica da carne bovina. Tal rede científica aportaria elementos fundamentais para a posterior introdução da indústria da carne, frigoríficos e, no século xx, seria responsável pelo surgimento dos primeiros clubes de futebol na fronteira do Brasil com o Uruguai.

Enquanto o projeto colonial espanhol povoou a América de universidades e imprensa, o projeto português definiu a estratégia de consolidação dos domínios territoriais pela colonização, impedindo qualquer formação intelectual sistemática (Holanda, 1995). Essa diferença impactou no cenário platino e estabeleceu práticas distintas num espaço que permaneceu em pugnas territoriais até a guerra da Tríplice Aliança (1864-1870).

A crítica literária argentina Josefina Ludmer (2000) quando estudou o gênero gauchesco, o fez apenas com atenção às obras em língua castelhana. Mesmo desconhecendo a produção em língua portuguesa ela apontou elementos que podem ser observados para o que no Brasil é chamado literatura regionalista do Rio Grande do Sul. A ordem legal e as guerras de independência são apontadas como os marcadores do gênero. A autora também fez referência ao embate entre civilização e barbárie, reconhecido como debate fundador na literatura argentina.

A postura nacionalista de Ludmer, comum a outros intelectuais, não nos impede de observar sua análise como fecunda no tema que aqui analisamos. Ela aponta para a dificuldade de reconhecer mitos fundadores supranacionais, tarefa especialmente difícil quando se trata de identificar sentidos comuns aos dois grandes espaços linguísticos da América Latina, conforme já apontou Néstor García Canclini (1999).

Ao tomar o contexto de formação do Uruguai entendemos que sua relação com o ambiente rural e o desenvolvimento agrário são definidores da concepção de modernidade que ali se implementou. Algo muito semelhante pode ser dito sobre o Estado brasileiro do Rio Grande do Sul. No século XIX a fronteira do Brasil com o Uruguai assinalou uma íntima relação, marcada pela consanguinidade, continuidade espacial e colateralidade política. Em ambos –região da Campanha do Rio Grande do Sul e Uruguai– podem-se observar os termos em que o historiador uruguaio José Pedro Barrán (1990a; 1990b) expressou a passagem de uma sociedade bárbara para uma disciplinada. Trata-se de um cenário em que contexto ideológico foi instaurado numa perspectiva de condicionar os sujeitos a uma racionalidade de obediência a determinadas regras de trabalho. As formas enunciadas por Barrán –«sociedade da barbárie» e a «sociedade civilizada» ou «disciplinada» (1990a: 11)– podem ser concebidas segundo a epistemologia foucaultiana, ainda que em sua obra ele não faça nenhuma referência clara a respeito de tal influência (Barrán em Markarian & Yaffé, 2010).

O desenvolvimento do Uruguai entre 1860 e 1890 se deu através de diversos processos modernizadores como o melhoramento genético do gado, o cercamento dos campos, a introdução das estradas de ferro, telégrafo, telefonia e correios, que estabeleceram uma ampla rede de comunicação, incrementando a comunidade de interesses do que posteriormente foram identificados com orientais e brasileiros na região. A introdução de tecnologias de comunicação no final do século XIX no Uruguai permitiu que a zona da Campanha brasileira se beneficiasse amplamente da modernidade que chegava a suas fronteiras. A circulação de impressos através dos fluxos

ferroviários possibilitou um intercâmbio cultural que persistiu até meados do século xx. A introdução da telefonia em Bagé, cidade fronteiriça do Estado do Rio Grande do Sul que abrigava territorialmente a conturbação internacional Aceguá (BRA)-Aceguá (UY), por meio do empresário uruguaio Manoel Ganzo Fernández, permitiu que a cidade tivesse ligação telefônica com Montevidéu em 1910, muito antes de tê-la com a capital sul-rio-grandense de Porto Alegre (Silveira & Stevens, 2006). A influência de Ganzo Fernández pode ser constatada até a fronteira oeste com a Argentina, na cidade missioneira de São Borja, limitada pelo rio Uruguai com *San Tomé*. Nela há uma central telefônica, integrante de seu patrimônio municipal, proporcionada por atividades daquele empresário. São apenas alguns exemplos que apontam a necessidade de conhecer uma esfera pública transnacional que na atualidade se encontra desacreditada.

O presente artigo debate inicialmente aspectos atinentes aos primórdios da cultura científica no espaço platino de Uruguai e sul do Brasil, com vistas a compreender as primeiras práticas daquilo que hoje propugnamos como popularização de ciência. Ao final, analisamos alguns aspectos comparados em duas produções discursivas de periódicos que circularam na primeira metade do século xx dedicados a temas especializados e resultantes da promoção de rudimentos de uma rede científica voltada para o incremento da exploração econômica da carne bovina.

REDE CIENTÍFICA E VONTADE DE SABER

A introdução de rudimentos da cultura científica no espaço platino ainda carece de estudos. Pouco sabemos das vias pelas quais esse saber estreou e se disseminou. Os cânones da atividade científica seguramente foram promovidos pela colonização europeia, encaminhando-nos a indagar sobre as peculiaridades da presença dos impérios inglês e francês na região. Do imperialismo inglês certamente temos muitos registros por sua vinculação econômica com a exploração da bovinocultura de corte, o que resultou numa experiência muito particular que envolvia prescrições, ditames e fórmulas com vistas a formar o que hoje conhecemos como rede científica. Desse processo optamos por entender os modos de produção de discursos sobre o saber científico na esfera pública ampliada por três motivos. O primeiro provém da progressiva evidência de sua dominação sobre o senso comum nas relações de poder, o que tem especial atrativo numa sociedade colonial. Nesse sentido, reconhecemos os termos de Michel Foucault:

[...] essa vontade de verdade, como os outros sistemas de exclusão, apoia-se sobre um suporte institucional: é ao mesmo tempo reforçada e reconduzida por toda uma espessura de práticas como a pedagógica, é claro, como os sistemas dos livros, da edição, das bibliotecas, como as sociedades de sábios de outrora, os laboratórios hoje. Mas ela também é reconduzida, mais profundamente sem dúvida, pelo modo como o saber é aplicado em uma sociedade, como é valorizado, distribuído, repartido e de certo modo atribuído (2013: 16-17).

O segundo motivo que nos leva a estudar o tema da promoção da cultura científica decorre do privilégio que o saber científico desfruta institucionalmente, sua predominância na formação das novas gerações e, como resultante disso, o volume de recursos públicos destinados ao fomento da pesquisa científica que logrou obter atualmente e sua precedência na tecnificação dos processos produtivos, a par das consequências imediatas no mundo-da-vida.

Um outro motivo decorre do amplo desenvolvimento de sistemas com vistas a disponibilizar a cultura científica a diferentes públicos e com distintos graus de complexidade. Tais sistemas são por nós denominados de midiáticos, ao extrapolar o nível interpessoal das relações e ganhar amplitude social. Nesta instância, apreendemos diferentes formas de difundir os discursos sobre um mesmo saber científico, dependendo do público para o qual se dirige, condicionando-os a diferentes sistemas de dispersão e princípios de regularidade. Esse entendimento permite considerar os conceitos de comunicação científica, divulgação científica e popularização científica, trazidos por Wilson da Costa Bueno (1988; 2009), Sarita Albagli (1996), Luisa Massarani (1998), Lillian Zamboni (2001), Ildeu Moreira e Luisa Massarani (2002), Cristina Gomes (2013), Desirée Motta-Roth (2010) e Marcelo Germano e Wojciech Kulesza (2007), dentre outros estudiosos. Vale salientar, ainda, que esses conceitos são utilizados sem um consenso estabelecido entre os autores, sendo, por vezes, usados como sinônimos. Devido à imprecisão que isso poderia causar, torna-se importante discorrer sobre como tomamos cada expressão.

Pensando na compreensão das informações científicas e tecnológicas por um possível leitor, Bueno (1988) atribui importância ao termo difusão, distinguindo os diferentes sujeitos para os quais os enunciados podem ser dirigidos. Ele compreende essa categorização em dois níveis: a difusão para especialistas, quando o enunciado é produzido

para um leitor que já estudou a área científica abordada; e sua difusão para o público em geral, quando o leitor pode não ter proximidade com a temática científica.

Se a difusão entre especialistas está intimamente ligada ao conceito de comunicação científica, no que se refere à região Platina no período a que nos referimos –século XIX a XX– seguramente o número de especialistas em conteúdos científicos dedicados à agropecuária era muito escasso. Cultivá-lo foi a missão das primeiras publicações que por aqui circularam e, especialmente, daquelas que aqui começaram a ser produzidas. Perguntamo-nos quem teriam sido os primeiros agentes atentos em perceber a importância da disseminação de informações sobre ciência a um público que entenderia previamente o contexto teórico-metodológico utilizado, além dos termos técnicos próprios à área científica a qual a informação se refere.

Bueno (1988) aponta os dois grupos aos quais a difusão para especialistas pode se relacionar: a entrapares e a extrapares. Nossa sociedade colonial carecia de elementos entrapares e, com isso, a relação comunicacional entre pesquisadores de uma mesma área científica, ou mesmo de áreas conexas, tardou em estabelecer-se. Comparando brevemente, em 1883 é criada a Imperial Escola de Medicina Veterinária e de Agricultura Prática em Pelotas (Rio Grande do Sul), distante apenas 560 quilômetros de Montevideu (Uruguai). No entanto, esta capital tem o ensino superior já iniciado em 1849, ainda que o registro de criação da Faculdade de Veterinária seja de 1903.

A comunicação extrapares, definida pela circulação de informações científicas a especialistas de áreas distintas, mas com interesse num mesmo objeto de estudo e o que pode derivar uma abordagem multidisciplinar, apresenta muito mais dificuldades para ser reconhecida. Um antecedente a considerar na recuperação de iniciativas no gênero é a aparição do *Semanario de Agricultura Industria y Comercio* na Argentina no começo do século XIX (Díaz, 2012: 88). Surgem ainda estudos sobre a atuação de latino-americanos nas publicações da Sociedade Geográfica Real de Londres (Llanos Reyes, 2010).

Assim, temos que enfrentar a tarefa de levantar quando enunciados com diferentes características como artigos científicos publicados em revistas de comunicação entre cientistas, atividades como palestras para profissionais e/ou estudiosos de uma área em comum até chegar aos primeiros trabalhos científicos e até mesmo a dissertações de mestrado e/ou teses de doutorado, ou relatórios de pesquisa passaram a fazer parte de nosso universo cultural platino.

Considerando as duas variáveis primitivas e elementares do processo de comunicação científica consideradas por Gomes (2013), a formal e a informal, ponderamos sobre nosso passado. A atividade formal, dirigida a um público ilimitado e relacionada às publicações que careciam de um mínimo de equipamento para existir seria uma condição interdita na América Portuguesa, posto que somente com a vinda da Família Real em 1810 seria abolida, ao contrário do Vice-Reinado do Rio da Prata. Já a atividade informal, concernente às informações faladas e cartas pessoais e de público limitado, aquela que César Luis Díaz (2012) denominou de esfera privada ampliada, pode ser considerada como incidente em ambos espaços platinos compartilhados pelas coroas ibéricas. Assim, apresentamos no presente artigo produtos resultantes de uma atividade formal, posto que «possuem uma audiência maior, são armazenados de forma permanente e, nesse sentido, podem ser recuperados e os “informais” funcionam de forma oposta» (Gomes, 2013: 17).

Gomes (2013) ainda explicita que a origem do sistema de comunicação científica conhecido atualmente sucede ao final do século XVII na Europa, com o crescimento da produção de revistas científicas, derivadas de correspondências sobre ciências entre sociedades.

Por outro lado, a difusão para o público em geral, direcionada a um leitor não-especialista no assunto tratado, permite que aqueles que ainda não tiveram contato com a abordagem científica a entendam através de uma linguagem menos técnica. Isso se torna possível através da divulgação científica, já que há uma «[...] utilização de recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao público leigo» (Bueno, 2009: 162).

De acordo com Albagli (1996), a divulgação científica é uma concepção mais ampla do que a comunicação científica, levando em consideração os sujeitos para os quais o discurso é direcionado. Ou seja, enquanto a comunicação científica, seja em âmbito intrapares ou extrapares, restringe-se aos especialistas por abarcar os enunciados com uma abordagem técnica, a divulgação científica poderia ser compreendida também por não-especialistas, já que contextualiza a abordagem técnico-científica ao cotidiano desses sujeitos.

A concepção de que a divulgação científica é uma forma de fazer com que sujeitos não-especialistas se informem e se eduquem sobre o saber produzido pela ciência é também sustentada por Zamboni (2001). Ela considera que tal divulgação permite dar

«ao homem comum o conhecimento do qual ele historicamente foi apartado» (Zamboni, 2001: 49). Através da divulgação científica, almeja-se que a linguagem essencialmente técnica, própria dos cientistas, seja transformada em inteligível. Essa abordagem, no entanto, depara-se com um obstáculo, ou déficit, como denominam Moreira e Massarani (2002), o de que ela está ancorada numa perspectiva comunicacional unilateral.

Esse aspecto é imprescindível de ser considerado ao atentarmos para o universo de diferenças que uma colonização multicultural, multiétnica e multirreligiosa pode suportar. Para eles:

Nas atividades de divulgação ainda é hegemônica uma abordagem, denominada «modelo do déficit», que, de uma forma simplista, vê na população um conjunto de analfabetos em ciência que devem receber o conteúdo redentor de um conhecimento descontextualizado e encapsulado (Moreira & Massarani, 2002: 63).

E é nesse cenário frágil que buscamos avançar em alguns aspectos sobre a questão da aparição e disseminação da cultura científica na região Platina. Indagamos, junto de Moreira e Massarani (2002), como um saber, inicialmente completamente marginal, conseguiu impor-se de maneira a influenciar na formação de professores e pesquisadores.

Em linhas gerais, de acordo com Motta-Roth (2010), o que hoje denominamos de popularização da ciência é resultado do processo pelo qual também os sujeitos não-especialistas passaram a ser beneficiados pelo conhecimento científico por meio de um discurso recontextualizado. Motta-Roth explica que até a década de 1990 vigorava uma visão dominante negativa entre os cientistas sobre a popularização científica: a de que esse processo, num âmbito discursivo, seria uma «distorção», «degradação» ou «simplificação de baixo nível» para um público que não entenderia bem o que lê (2009: 138). No entanto, ela considera que mais recentemente essa perspectiva tem mudado, ao se considerar que a ciência e a popularização se retroalimentam, o que permite ao cientista também compreender sobre outras áreas; estabelecer uma comunicação entre os cientistas e os órgãos de fomento; e favorecer uma transformação do conhecimento de forma coletiva e comunitária. Nesse cenário surgiria uma conscientização social e popular a respeito da produção científica. Além disso, acredita-se que os sujeitos também começam a ter consciência de que o uso de tais informações na

composição de seus respectivos discursos pode ser usado para exercício do poder. É nesse amplo entendimento de popularização de um saber muitas vezes contraído em espaços restritos e herméticos que buscamos contextualizar o esforço por disseminação da cultura científica no espaço platino.

Para compreender melhor os processos vinculados historicamente observamos como Motta-Roth (2009) expõe a popularização científica. Ela aponta três eixos que justificariam o processo: a necessidade de informar sobre os avanços científicos através de meios de comunicação; a responsabilidade do mediador ao explicar a abordagem científica para que a sociedade avance em conjunto com a ciência; e a importância de que a sociedade entenda a relevância das pesquisas para que a ciência prossiga sendo financiada.

Ao retomar a problemática do surgimento até sua consolidação como um saber reconhecido no espaço platino, indagamos como se deu o primeiro eixo, ou seja, como foi possível construir um horizonte de expectativa e consumo adequado à sustentação de meios de comunicação. Nosso entendimento é de que a vocação agropecuária do espaço platino privilegiou a aparição de publicações especializadas.

Vale retomar que na região do saber evidencia-se uma dominação da produção científica, enquanto responsável pelo processo que poderia explicar verdadeiramente os fenômenos do mundo, sobre o conhecimento de senso comum sustentado pelos não-especialistas. Considerando que apenas os sujeitos que compreendem as informações e o processo científicos estão aptos a exercer relações de poder nesse âmbito, é apenas a partir da popularização científica que se torna possível que os sujeitos não-especialistas sejam ativos nessa relação.

OS PERIÓDICOS COMPARADOS: A REVISTA URUGUAIA

Se a modernização do Uruguai ocorreu em paralelo com a Europa capitalista, ela teve o domínio de produzir uma ampla transformação no meio rural através de diversos procedimentos que tiveram apoio seguramente num conjunto de dispositivos que necessitam ser investigados. Barrán (1990b), por exemplo, menciona novas práticas que dificilmente chegariam ao interior do Uruguai e também do Rio Grande do Sul sem apoio de associações de produtores e suas produções impressas que podem ser interpretadas como «periodismo gacetillero / restringido, manuscrito / ampliado ou

comunicación manuscrita / ampliada», até chegar ao «periodismo intelectual / ampliado» nas categorias propostas por César Luis Díaz (2012: 88).

A concepção de uma sociedade disciplinada relacionada à área agrária, no contexto sócio-histórico-cultural e econômico do Uruguai, conforme compreendido por Barrán (1990a; 1990b), é evidenciada no discurso de publicações especializadas na atividade agropecuária, especialmente quando se voltam a pautas de cunho científico e tecnológico. Ao considerar a produção bibliográfica vernácula, salienta-se a revista uruguaia *La Propaganda Rural*, fundada em dezembro de 1901; ela pode ser considerada a mais antiga publicação comercial, privada e independente em agropecuária ainda em circulação no Uruguai e também no sul do Brasil, espaços por onde circula desde sua criação. No século XXI sua circulação seria expandida para o Paraguai. Produzida desde seu começo na capital Montevideú, teve circulação conhecida também na Argentina.

Sobre a distribuição da revista no Brasil, José C. Nunes Vieira (Gripp & Silveira, 2015) reconhece que ela foi incrementada com a relação dos editores da época com especialistas da área agrária sul-brasileiros. O vínculo explicitou-se especialmente durante as feiras pecuárias de Palermo, na Argentina, do Prado, em Montevideú, e as diversas feiras sul-rio-grandenses de Esteio, Pelotas, Bagé, Uruguiana, dentre outras, que cultivaram a prática de intercambiar jurados entre os países.

Consta de suas primeiras edições que *La Propaganda Rural* foi fundada em dezembro de 1901 pelo estadunidense Ernest O. Crocker e denominada «*La Propaganda*»; ela tinha como *slogan* «periódico quinzenal de assuntos rurais e comerciais». A Figura 1 evidencia o interesse de promoção de raça inglesas de ovinos, então sendo introduzidas na região, com vistas ao abastecimento de lã para a indústria têxtil britânica.

A história centenária da revista registra que em 1917, o engenheiro agrônomo Roberto J. Urta, ao se tornar o diretor da revista, mudaria seu nome para *La Propaganda Rural*. De acordo com o jornalista Diego Rosmarino (Gripp, 2015), seu diretor desde 2001, a revista desde sua criação foi elaborada apenas por especialistas de ciências agrárias até a década de 1960, quando uma equipe editorial jornalística passou a produzi-la. Essa mudança teria se dado por motivos financeiros, sanados com a venda do periódico para os jornalistas. Em meados da década de 1980 a revista seria vendida para empresários sem vínculo com o setor jornalístico e agropecuário, que a produziram até 2001, quando a atual equipe jornalística assumiu sua produção.

Conforme analisam os autores Phillipp Gripp, Juan Xavier e Ada Silveira (2015), a modernização implicou que a sociedade uruguaia se estratificasse claramente. Nesse sentido «o alto comércio» e os estancieros organizados na Associação Rural desde 1871, começaram a ser chamados em meados de 1880 de «classes conservadoras», por impulsionar a ordem social e o trabalho, pois na revista que era publicada pela Associação, em 1876 declararam que o ócio equivalia a «aborrecimento e a momentos perdidos» (Barrán, 1990a: 46).

Levando em consideração que existem características culturais, geográficas, econômicas e linguísticas próprias da região Platina que transcendem as fronteiras entre as nações, que existe uma mesma base de formação dos gaúchos / *gauchos* e que a relação mercadológica entre os sujeitos é intensificada pelo processo de globalização, evidencia-se um interesse em comum pela agropecuária. Por meio disso, acredita-se que esses sujeitos nutram uma vontade de saber/vontade de verdade (Foucault, 2013) por informações reconhecendo nessa atividade um exercício de poder. As obras em referência aparecem num período que já havia superado o que Díaz (2012: 88) denomina de «periodismo tardocolonial / ampliado». Vislumbra-se, assim, a circulação transnacional de informações científicas em agropecuária. Tal circulação facultou-nos uma análise comparada de publicações da Associação Brasileira de Criadores Ovinos (ARCO) e *La Propaganda Rural*, das quais aqui antecipamos alguns aspectos. Assim, ao buscar o percurso histórico de promoção da cultura científica no século XX encontramos as publicações institucionais da ARCO e a revista uruguaia independente e de caráter comercial, atualmente com mais de 100 anos de existência.

OS PERIÓDICOS COMPARADOS: A REVISTA BRASILEIRA

A ARCO iniciou a produção de seu periódico especializado oficial em 1942, ano de sua fundação, com o *Anuário da Associação Riograndense de Criadores Ovinos*, de distribuição gratuita entre os sócios, com periodicidade anual (algumas edições bi-anuais) e com cerca de 250 páginas por edição. Conjunto de anuários teve uma série de mudanças em seu formato ao longo dos anos. O primeiro formato constava de textos escritos por especialistas e foram distribuídos até 1970, quando os anuários se tornaram uma produção de registros técnicos e administrativos para organização interna e prestação de contas da instituição [Figura 2].

Desde seu início, a instituição estabeleceu uma comunicação entre os interessados na área agrária através de periódicos especializados. Eles são pautados por diferentes temáticas pertinentes ao meio rural, como as políticas para o desenvolvimento da área; apontamentos econômicos sobre os valores de carne e lã; coberturas de feiras agropecuárias; informações sobre a própria instituição, sua diretoria e registros de animais e seus criadores; dias de campo em cabanhas de associados; além de artigos científicos que destacam aspectos especializados em ciências agrárias.¹

A associação daria início em 1961 à *Revista Ovinocultura*, de periodicidade trimestral e teve duas pausas em sua produção: primeiro entre 1964 e 1970 e, num segundo momento, em 1982, retornando em 1988 até 1989, quando deixou de ser veiculada. Cada edição tinha uma média de 40 páginas e era vendida. Inicialmente a revista também era redigida por especialistas, mas a partir da década de setenta o expediente começou a indicar que a produção estava sendo realizada por uma assessoria de comunicação, contando, assim, com uma equipe editorial de jornalistas. Vale ressaltar que a partir desse momento apenas os textos assinados eram produzidos por especialistas em agropecuária.

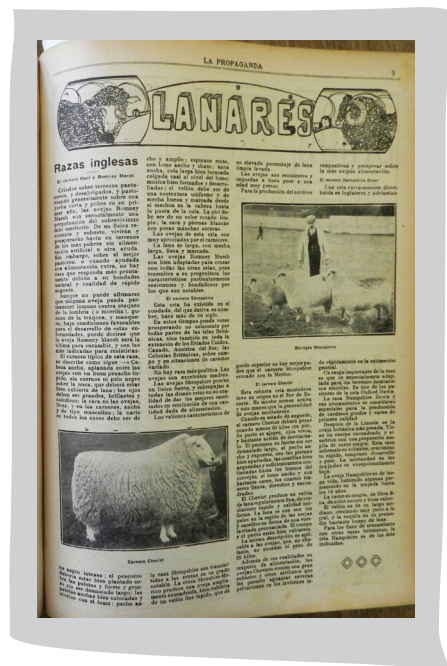


Figura 1. *La Propaganda Rural*, 15 de maio de 1917

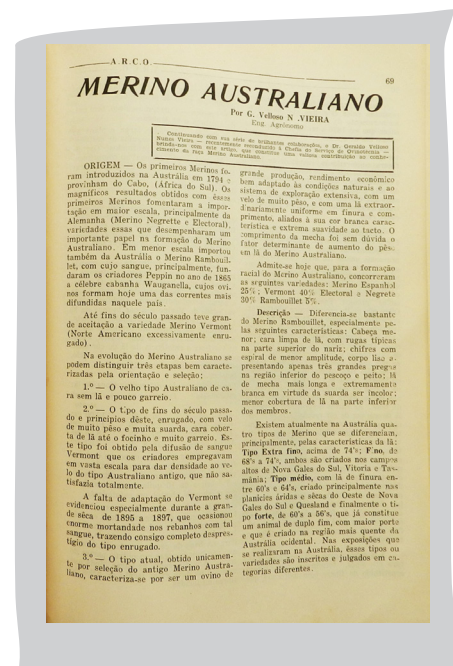


Figura 2. *Anuário da ARCO* de 1955

Durante o primeiro período em que a revista *Ovinocultura* deixou de ser veiculada, a associação não publicou nenhuma outra produção. No segundo momento, a partir de 1983, a associação deu espaço a outra publicação, o *Jornal Ovinocultura*, de periodicidade bimestral e apuração jornalística. Ele passou a se chamar *Jornal da ARCO* em 1986 e foi distribuído até 1988 num circuito do qual temos poucas referências. Os jornais tinham formato tabloide, média de 12 páginas por edição e eram também vendidos.²

A veiculação dessas novas publicações demonstra uma tentativa de alterar a forma de se comunicar com o público por alguma razão. O lançamento de um novo periódico aponta para a existência de uma nova diretoria eleita na associação, realizando ajustes orçamentários e ideológicos que implicavam em mudanças sobre as publicações. Os editoriais das primeiras edições reiteram a importância atribuída às mudanças e ao lançamento de publicações especializadas.

CONTRATO E COMUNIDADE DE COMUNICAÇÃO SUPRANACIONAL

Especialistas das ciências agrárias reconhecem a precedência desses periódicos e sua relevância para a análise do que atualmente caracterizamos como produções midiáticas. Em que pese o caráter especializado em temas de agropecuária e a pretensa divulgação de avanços científico-tecnológicos da área, elas se consolidaram num convívio paralelo e continuado.

A partir desse cenário, acredita-se que ao compreender os efeitos possibilitados pelos discursos relacionados à ciência e tecnologia e produzidos no decorrer dos anos por revistas especializadas na área agrária é possível recuperar mudanças históricas oportunizadas por relações de poder e seu impacto presente nas regularidades discursivas.

Para observar a produção discursiva e seu trabalho na constituição de um contrato de comunicação atentamos a categorias relacionadas aos espaços de locução, de relação e de tematização, conforme proposição de Patrick Charaudeau (2013: 71), no que se refere aos dois textos apresentados anteriormente [Figuras 1 e 2]. Ao compreender o espaço de locução, ou seja, a justificativa pela qual o enunciador tomou a palavra e se dirigiu a um leitor ideal através da mídia impressa, franqueia-se observar que os enunciados apresentam a subcategorias elencada como a ação de visibilizar o conhecimento científico.

O enfoque da visibilidade sobre o conhecimento científico é produzido porque o enunciador quer dar a conhecer um panorama geral, ao acreditar que importa ao destinatário ideal apreender o cenário sobre um assunto possibilitado pelo avanço de estudos. Esse enunciador genérico é na primeira metade do século XX identificado nas duas publicações aqui referidas como pesquisadores e/ou profissionais de ciências agrárias. A partir dos anos de 1960 foi possível detectar já a presença de profissionais de comunicação, geralmente jornalistas, embora sem formação superior específica.

A opção pela terminologia «visibilidade» indica a perspectiva de que existe uma conexão entre os motivos pelos quais um assunto merecia ser retratado de uma maneira que hoje denominamos midiática e se insere naquelas práticas enfocadas anteriormente de comunicação científica ou de divulgação científica. A visibilidade busca o efeito de visibilidade sobre o discurso. Isto é, um enunciado é divulgado em uma mídia, de antemão porque um sujeito, ou um grupo de sujeitos (as equipes ocupadas na redação das revistas), acredita e decide sobre a relevância do assunto tratado para os seus destinatários imaginados e, através da visibilidade midiática (ao tornar o discurso visível aos sujeitos por meio da mídia), possibilita alcançar um maior número de destinatários que interpretarão os textos. Nesse sentido, o enunciador toma a palavra com o objetivo de visibilizar um aspecto discursivo específico, dentre outros vários, sobre a temática agropecuária abordada. Ela se insere ainda na expectativa de conceito de comunicação reflexiva e diálogo que, tomado de Paulo Freire (1984), caracteriza as formas de intervenção que se diferenciam das anteriores ao estar mais próxima de uma ação cultural libertadora.

O espaço de relação, que demonstra a interligação existente entre o enunciador e o destinatário na composição do contrato de comunicação midiático, caracteriza-se em relações de curiosidade. A relação de curiosidade poderia ser observada quando o enunciado possibilita o relato de um conhecimento próprio à área agrária, relatando especificidades da agropecuária, do objeto empírico de estudo, da metodologia, etc., sobre os quais o enunciador pressupõe que o destinatário nutre um interesse por saber.

No que se refere ao espaço de tematização, Charaudeau (2013) explica que nele é onde se percebe como é organizado textualmente o domínio do saber, o tema proposto. Com isso, deve-se indicar o modo de organização discursivo do enunciado. Nos textos analisados, é evidenciado, entre as possibilidades indicadas por Charaudeau (2013), o modo de organização discursivo descritivo (quando o enunciado descreve um mundo estático, suas características, etc.).

Entendemos que as duas propostas de alguma maneira alimentam uma comunidade de comunicação que, tendo por base a exploração agropecuária, articulam o vínculo identitário da região e colaboram no preenchimento de vazios informativos existentes no exercício do poder através da cultura científica para além dos nacionalismos. Por meio da percepção das mesmas subcategorias dos espaços de locução, relação e tematização que compõem o contrato encontradas em ambas as revistas, as iniciativas sinteticamente analisadas possuem o mérito de extrapolar o que Foucault (2008) denominou de «triângulo problemático: segurança, território e população» e permitem evidenciar um intercâmbio pujante entre Brasil e Uruguai.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nosso propósito na presente análise consistiu em atentar para os primórdios de uma comunidade de comunicação desconstruída pelos interesses dos nacionalismos e de oligopólios de mídia que aderiram a seu projeto. As publicações referidas de alguma maneira testemunham a viabilidade de uma comunidade de comunicação que, a partir de um interesse mercadológico relacionado ao desenvolvimento do polo econômico dos países que integram a região, nutrem semelhanças sócio-histórico-culturais. Compreendendo a agropecuária como base do desenvolvimento econômico, os promotores dos periódicos especializados realizam mecanismos plausíveis de integrar a comunidade platina.

No caso da região sul-brasileira da Campanha, caracterizada como um espaço periférico tanto à centralidade brasileira quanto aos Estados-nação platinos, observamos a reflexão de que muitas vezes sua identidade: «[...] é assim conduzida para se transformar em uma representação da diferença que a faça comercializável, isto é, submetida a maquiagens que reforçam seu exotismo e a hibridações que neutralizem suas classes mais conflitivas» (Martín-Barbero, 2006: 61).

O interesse comum por informações sobre agropecuária possibilitou uma integração da comunidade platina através de produtos comunicacionais que se viabilizaram por mais de um século, já que esses sujeitos nutrem uma vontade de verdade expressa na valorização da cultura científica e suas aplicações técnicas. E esse propósito concedeu existência a um intercâmbio que, ultrapassando fronteiras nacionais e congregado no desejo de atuar na difusão de «um saber contra a barbárie», necessita ser decifrado enquanto promotor de um sistema disciplinar que atua em favor de uma determinada ordem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBAGLI, Sarita (1996). «Divulgação científica: informação científica para a cidadania?». *Ciência da informação*, 25 (3), pp. 396-404.

BARRÁN, José Pedro (1990a). *Historia de la sensibilidad en el Uruguay: la cultura «bárbara» (1800-1860)*. Montevideu: Banda Oriental.

BARRÁN, José Pedro (1990b). *Historia de la sensibilidad en el Uruguay: el disciplinamiento (1860-1920)*. Montevideu: Banda Oriental.

BUENO, Wilson da Costa (1988). *Jornalismo científico no Brasil: aspectos teóricos e práticos*. ECA-USP: São Paulo.

BUENO, Wilson da Costa (2009). «Jornalismo científico: revisitando o conceito». En Victor, Cilene; Caldas, Graça; Bortoliero, Simone (orgs.). *Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável*. São Paulo: All Print.

CHARAUDEAU, Patrick (2013). *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto.

DÍAZ, César Luis (2012). *Comunicación y revolución. 1759-1810*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.

FREIRE, Paulo (1984). *Educação como prática da liberdade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

FOUCAULT, Michel (2008). *Segurança, território, população*. São Paulo: Martins Fontes.

FOUCAULT, Michel (2013). *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola.

GARCIA CANCLINI, Néstor (1999). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la Modernidad*. México D. F.: Grijalbo.

GOMES, Cristina Marques (2013). *Comunicação científica: alicerces, transformações e tendências*. Covilhã: LabCom.

GRIPP, Phillipp Dias (2015). Entrevista com Diego Rosmarino. Montevideu. Pode ser pedido a <phidgripp@gmail.com>.

GRIPP, Phillipp Dias; SILVEIRA, Ada C. M. (2015). Entrevista com José C. Nunes Vieira. Bagé. Pode ser pedido a <phidgripp@gmail.com>.

GRIPP, Phillipp Dias; XAVIER ALVES, Juan; SILVEIRA, Ada C. M. da (2015). «A divulgação científica de âmbito agrário no Uruguai disciplinado: antecedentes da formação prescritiva do discurso». 10 Encontro Nacional de História da Mídia (ALCAR), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

HOLANDA, Sergio B. de (1995). *Raízes do Brasil*. São Paulo: Cia. Das Letras.

LLANOS REYES, Claudio (2010). «Imperialismo inglês y ciência. La Sociedad Geográfica Real de Londres, 1830-1870». *Boletín Americanista*, LX.1 (60), pp. 209-225.

LUDMER, Josefina (1996). «The gaucho genre». In González Echeverría, Roberto; Pupo-Walker, Enrique. *The Cambridge History of Latin-american Literature* (pp. 608-632). Cambridge: Cambridge University.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2006). «Técnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século». En Moraes, Denis de. (org.). *Sociedade midiaticizada* (pp. 51-79). Rio de Janeiro: Mauad.

MASSARANI, Luisa (1998). *A divulgação científica no Rio de Janeiro: algumas reflexões sobre a década de 20*. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação), Instituto Brasileiro de Informação em C&T, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

MOREIRA, Ildeu de Castro; MASSARANI, Luisa (2002). *Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil*. Rio de Janeiro: Casa da Ciência/UFRJ.

MOTTA-ROTH, Désirée (2009). *Discursos de popularização da ciência*. Santa Maria: PPGL.

MOTTA-ROTH, Désirée (2010). «Sistemas de gêneros e recontextualização da ciência na mídia eletrônica». *Gragoatá* (N.º 28), pp. 153-174.

SILVEIRA, Ada C. Machado da; STEVENS, Leandro (2006). «Globalização, reconhecimento identitário e estratégias de localização». *Comunicação Midiática* (N.º 6), pp. 30-50.

SILVEIRA, Ada C. Machado da (2012). «A desconstrução da irmandade platina: mídia e sentimento de pertença supranacional». *Congresso de História da mídia*. Rio de Janeiro, UFRJ, 2009.

ZAMBONI, Lilian (2001). *Cientistas, jornalistas e a divulgação científica: subjetividade e heterogeneidade no discurso da divulgação científica*. Campinas: Autores Associados.

REFERÊNCIAS ELECTRÓNICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRIADORES DE OVINOS (ARCO). Site oficial. Disponível em <<http://www.arcoovinos.com.br/sitenew/index.asp?pag=home.asp>>.

GERMANO, Marcelo; KULESZA, Wojciech (2007). «Popularização da ciência: uma revisão conceitual». *Caderno Brasileiro de Ensino de Física*, 24 (1), pp. 7-25 [on-line]. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/fisica/article/view/1546/5617>>.

MARKARIAN, Vania; YAFFÉ, Jaime (2010). «¿Cómo pude haber escrito esto?». Entrevista a José Pedro Barrán. *Historia y problemas del siglo XX*, 1 (1), pp. 179-194 [on-line]. Disponível em <http://www.geipar.udelar.edu.uy/wp-content/uploads/2012/05/11_Entrevista.pdf>.

NOTAS

1 A ARCO tem sede em Bagé, município fronteiro do Rio Grande do Sul, e foi fundada em janeiro de 1942. A abreviação ARCO, que permanece como a sigla oficial da associação, remete ao primeiro nome dado à instituição: Assistência aos Rebanhos de Criadores de Ovinos. A associação era responsável pela catalogação de animais e sistematização dos criadores de ovelhas do estado do Rio Grande do Sul até a década de setenta, quando se tornou brasileira e se responsabilizou por esse mesmo trabalho abrangendo o território nacional.

2 O *Jornal da ARCO* voltaria a ser produzido entre 2007 e 2011, com 16 páginas por edição, distribuído gratuitamente em versão impressa em todo Brasil e também disponibilizado em versão digital no site da ARCO. Ressaltamos que durante a década de 1990 até e 2011 a instituição não produziu um periódico oficial. A associação começou a veicular em 2012 a *Revista ARCO*, com periodicidade trimestral, com uma média de 40 páginas por edição, distribuída gratuitamente e produzida por uma equipe de profissionais de comunicação.