

A DIVULGAÇÃO DO CONHECIMENTO EM ARQUEOLOGIA: REFLEXÕES EM TORNO DE FUNDAMENTOS E EXPERIÊNCIAS

ANTÓNIO CARLOS VALERA

NIA – Núcleo de Investigação Arqueológica, ERA-Arqueologia, SA.

antoniovalera@era-arqueologia.pt

Resumo: No presente texto aborda-se a questão da divulgação do conhecimento científico produzido no âmbito disciplinar da Arqueologia. Face à complexidade do problema e da multiplicidade dos ângulos de abordagem, optou-se por organizar o texto em duas partes distintas, mas organicamente relacionadas. Na primeira foca-se, numa perspectiva de marcado pendor teórico, a fundamentação epistemológica, ideológica e política do imperativo da divulgação científica, assim como o seu carácter constitutivo nas questões relativas ao património. Na segunda parte debatem-se alguns problemas concretos relacionados com a divulgação desse conhecimento, com particular ênfase na vertente da actividade empresarial. A par de alguns exemplos com potencial, discutem-se os problemas da adequação de linguagens e conteúdos, da preparação comunicativa dos profissionais de arqueologia e as condicionantes impostas pelos contextos mediáticos e sociais que envolvem a actividade e a sua relação com o grande público.

Palavras-chave: Divulgação Arqueológica; Conhecimento Científico; Arqueologia Empresarial; Narrativa; Democracia Participativa.

“Seja como for, os cinquenta anos que acabaram de se passar —a primeira metade do século XX— assistiram a um desenvolvimento da ciência em geral e da física em particular, inigualáveis na transformação do conhecimento ocidental sobre aquilo que muito frequentemente tem sido designado como a Situação Humana. Tenho poucas dúvidas de que serão necessários aproximadamente mais cinquenta anos até que o sector instruído do público em geral venha a tomar consciência desta alteração. Como é evidente, não sou um idealista que espera conseguir acelerar substancialmente este processo com algumas conferências públicas. Mas, por outro lado, este processo de assimilação não é automático. Temos de trabalhar para o conseguir alcançar. Neste trabalho faço a minha parte, confiando em que os outros farão a sua. De certo modo, essa é a nossa tarefa na vida”.

Erwin Schrödinger, *Ciência e Humanismo*

Esta citação de Schrödinger [1], à qual tenho recorrido com frequência em diferentes textos, é particularmente clara relativamente ao problema da divulgação científica: tendencialmente existirá sempre um desajustamento entre os avanços do conhecimento científico e a sua aquisição pela comunidade em geral

(ou tão só pelos sectores mais instruídos desta), mas será sempre responsabilidade de quem se dedica à produção de conhecimento assumir a tarefa de disponibilizar e difundir junto da sociedade em geral.

Ao longo da minha actividade em Arqueologia sempre assumi (com consequência prática, procu-

rando não me ficar pela retórica) esta preocupação como parte integrante e fundamental do meu trabalho; como fim que lhe confere sentido e justificação. Assim, quando me foi endereçado o convite para escrever sobre divulgação em Arqueologia acedi com agrado e com convicção.

Nesse convite pedia-se-me que, com base na minha actividade na ERA Arqueologia S.A., procurasse elaborar uma apreciação crítica das estratégias, modelos e experiências de divulgação da Arqueologia portuguesa junto do grande público. Um pedido desta natureza é, em si, um assunto extraordinariamente extenso, porque, na sua essência, toca em aspectos centrais da razão de ser da Ciência em geral (e, neste caso, da Arqueologia em particular), mas também nos assuntos relativos à questão do Património, ou seja, mexe com complexas problemáticas de natureza epistemológica, sociológica, identitária, ideológica e política, mas também com a razão de ser de uma profissão e de um sector de actividade económica. E por aqui se vê que abordar as questões relativas à divulgação com alguma profundidade, não ficando pelos chavões do costume, é assunto que necessita alguma reflexão.

Assim, face à multiplicidade das vertentes de abordagem ao complexo problema da divulgação científica e patrimonial em Arqueologia, resolvi estruturar esta minha contribuição em duas partes que, apesar do seu isolamento metódico para fins analíticos, terão que ser perspectivadas de forma relacional, interdependente e orgânica. Na primeira, de natureza mais teórica, procurarei estabelecer os fundamentos epistemológicos e ideológicos da divulgação científica, assim como o seu carácter constitutivo no processo de patrimonialização. Na segunda abordarei algumas das dificuldades que a comunicação em Arqueologia manifesta, apresentando algumas iniciativas potencialmente interessantes realizadas no campo da Arqueologia Empresarial. Escolhi, naturalmente, exemplos retirados da actuação da ERA Arqueologia, sem que com isso não reconheça que outras empresas do sector podem apresentar iniciativas igualmente interessantes.

1. Uma breve, muito breve, trajectória dos fundamentos epistemológicos, sociológicos e ideológicos da divulgação científica e do carácter constituinte da divulgação patrimonial.

A divulgação em Arqueologia assume um carácter dual: ela é divulgação de um conhecimento científico, mas, simultaneamente, ela é divulgação de elementos que são investidos de uma valorização patrimonial. Temos, pois, duas vertentes (discurso científico e património) e ambas requerem partilha. Começemos pela questão do conhecimento.

Naturalmente, o problema da divulgação em Arqueologia, seja em Portugal ou no resto do mundo, não pode ser desligado do problema geral da divulgação do conhecimento científico e das suas “razões” de natureza epistémica, sociológica e ideológica.

Poderia o termo “epistemologia” parecer aqui um pouco desajustado, pois, mais do que relativo à questão “*o que é o conhecimento científico?*”, o problema da sua divulgação parece estar sobretudo relacionado com a questão “*para que serve esse conhecimento?*”, ou seja, “*quais os objectivos do conhecimento científico?*” e “*quais os fundamentos do seu financiamento?*”.

Sem querer, de forma alguma, excluir a prática do conhecimento pelo conhecimento, isto é, do conhecimento pelo prazer, pela curiosidade de conhecer, do conhecimento como actividade intelectual patrimonial da humanidade sem uma vinculação pragmática, é inaceitável que esse mesmo conhecimento não seja perspectivado na sua vertente instrumental, orientado à crítica e à mudança sustentada por valores, ideais, projectos, ou seja, que tenha fundamentos ideológicos, sociológicos e políticos. Esta perspectiva é tanto mais exigível quanto a produção científica se transformou numa actividade especializada sustentada por uma sociedade que encontra a justificação do financiamento no retorno social que desse conhecimento resultar. Retorno esse que tanto poderá surgir sob a forma de benefícios materiais vários, que melhoram as condições gerais da vida, como através do desenvolvimento intelectual de cada individualidade. É neste sentido que é frequentemente afirmado que o objectivo de todo o conhecimento científico é trans-

formar-se em senso comum através da sua divulgação. Assim, a definição de “conhecer” não é facilmente dissociável do “*para que serve conhecer*” [2].

Por outro lado, a questão da sociologia da produção científica não pode ficar de lado, quer quando pensamos nas condições de produção do discurso científico, quer quando abordamos as suas estratégias de divulgação. A ciência produz-se num contexto social e a sua produção e divulgação são, por excelência, relações sociológicas, envolvidas por questões de poder, de regime, de disputa social e política.

Interessa, pois, começar por sublinhar que a divulgação científica se encontra irremediavelmente envolvida na complexa teia de relações que se estabelece entre ciência, quem a produz, como é transmitida, como é utilizada e os contextos económicos, sociais, políticos e ideológicos que envolvem tudo isto. E sendo assim, gostaria de começar por abordar brevemente os fundamentos da questão da divulgação de conhecimento científico no contexto geral da sua sociologia [3].

Qualquer abordagem ao problema da divulgação da ciência (seja qual for a área disciplinar) terá que ser enquadrada por uma sociologia, onde se tenha em conta as condições objectivas de produção do discurso científico. Trata-se de um processo de contextualização da actividade científica fundamental para perceber a forma como esta se articula com a sociedade em que se enquadra. Neste âmbito, importa sublinhar que, de certa forma, o processo histórico de afirmação do conhecimento científico é acompanhado por um paradoxo: a progressiva maior importância desse conhecimento na vida das pessoas foi acompanhada por um distanciamento “estatutário” da cultura científica relativamente às restantes dimensões da cultura. Este aparente paradoxo tem o seu enraizamento no cientismo positivista oitocentista.

Ao longo do século XIX, a ciência adquiriu um estatuto de forma de conhecimento superior, de base simultaneamente empirista e racionalista. A crença na possibilidade de um conhecimento objectivo do mundo através da capacidade do cientista em se distanciar do seu contexto (e assim captar a realidade das coisas) gerou a ideia de que o conhecimento científico era algo que tinha que ser imune à sociedade, que as suas condições de produção tinham que ser

“assépticas” relativamente a contaminantes do seu contexto físico, social, cultural, político e ideológico. A Ciência, para se realizar, tinha que se “isolar” e o cientista transformou-se numa espécie de Xamã, ou seja, aquele que na sociedade tem as capacidades para viajar nesta espécie de além, de onde se consegue a perspectiva de olhar o mundo de fora. A separação entre a ciência e o seu contexto social não seria mais que uma manifestação dessa capacidade corporativa dos observadores (comunidade científica) se neutralizarem face à sua contingência, de se suspenderem no tempo e no espaço.

Esta percepção fez com que ao longo do século XX a Ciência construísse a sua idealização como corpo que se exteriorizou à sociedade, que se pretendeu a ela imune (fazendo dessa imunidade condição da sua realização) e com a qual apenas manteria laços na negociação das condições que assegurariam essa mesma autonomia e independência (Bourdieu, 2004). O comportamento do cientista sustentaria uma prática que se queria independente do contexto social, permitindo o estabelecimento de uma superioridade epistemológica (medida em termos de objectividade e verdade) e ética que, simultaneamente, validava e retirava validade dessa separação: a superioridade ético-epistemológica justificava a separação da ciência e retirava autoridade dessa mesma separação. Com base nessa autoridade foi progressivamente substituindo a fé na regulação da vida social, sendo hoje um conhecimento considerado privilegiado e superior, convocado para resolver os mais variados e quotidianos problemas das nossas vidas, para as quais se tornou imprescindível. Como refere Eduarda Gonçalves (2000, p. 1): “Nos países ocidentais de tradição liberal o ‘contrato social’ da ciência com a sociedade e o estado assentou, até ao século XX, nos postulados de que o conhecimento científico constitui um bem público e de que o que é bom para a ciência é bom para a sociedade”. Por isso se tornou tão comum ver uns “cientistas” com o seu traje específico, a bata branca (que, para o grande público, mais que um traje de trabalho, é um símbolo de rigor, verdade, conhecimento e comportamento ético irrepreensível), a anunciar em comerciais televisivos todo o tipo de produtos, apresentados como cientificamente validados. A maior ou menor subtileza

com que a publicidade recorre ao “critério científico” como factor diferenciador da qualidade do produto é um inequívoco sintoma do enraizamento da “religião científica”. Creditado como detentor da Verdade, da capacidade de controlar a Natureza e de a por definitivamente ao serviço do progresso humano, o conhecimento científico passou a regular grande parte das nossas vidas e comportamentos.

Assim, a evolução sociológica da ciência não só condicionou a forma como o edifício administrativo da sua produção se foi organizando, como a forma como ela se viria a relacionar com o público. Um relacionamento frequentemente paradoxal: uma relação estrutural com um diálogo superficial.

De facto, o avanço da ciência assenta no desenvolvimento de linguagens próprias, de domínio restrito, cujos requisitos de rigor tornam a comunicação difícil e que o tradicional analfabetismo ou o moderno iletrismo agravam. Neste contexto de destacamento e de dificuldade de comunicação, a produção de conhecimento científico não desenvolveu a necessidade da sua divulgação à sociedade, reservando essa divulgação essencialmente ao interior das comunidades científicas, por vezes extensível a pequenas elites económica e culturalmente diferenciáveis, e frequentemente com um marcado pendor ideológico no que a algumas áreas científicas dizia respeito. De facto, no caso concreto da Arqueologia e até meados do século XX, muita da divulgação serviu desígnios políticos e ideológicos nacionalistas, os quais em parte sustentavam muita da actividade arqueológica. Por aqui facilmente se poderia descortinar o comprometimento social da ciência. Mas a evocação da sua “neutralidade” era fundamental para a autoridade da sua argumentação e para a instituição da sua forma “superior” de conhecer.

Foi assim também em Portugal no que à Arqueologia respeita, quer nos primórdios da disciplina, quer durante a ditadura (embora o regime fascista português nunca tenha feito tanto recurso do discurso arqueológico como outros estados fascistas europeus fizeram).

Contudo, em termos gerais, a segunda metade do século XX viria a assistir ao progressivo reconhecimento da importância da divulgação científica e da necessidade do desenvolvimento de uma cultura

científica entre os cidadãos. Este reconhecimento foi sustentado em argumentos de vária ordem, mas onde a profissionalização de base tecnológica e o exercício da cidadania emergem como referenciais: quer no exercício da sua actividade profissional, quer no exercício da cidadania em contexto democrático, onde os cidadãos são convocados a participar em processos decisórios, o domínio de um conhecimento científico generalista passou a ser visto como um requisito fundamental. Progressivamente, os cientistas vão assumindo essa tarefa como parte integrante do processo de produção de conhecimento, ainda que essa abertura raramente tenha sido feita fora de um quadro tradicional de destacamento científico, alienado da sociedade, onde se encontra um público passivo para o qual fala. Foi assim que, aproveitando progressivamente o desenvolvimento dos diferentes meios de comunicação, a ciência se foi dando a conhecer. A edição de revistas e livros de divulgação científica expandiu-se, programas televisivos multiplicaram-se, canais temáticos com forte componente científica surgiram.

Por outro lado, a “literacia” científica (como lhe chama Eduarda Gonçalves), sendo valorizada num contexto de formação para uma actuação cívica consequente, obriga a transformar a divulgação científica numa tarefa não apenas assumida por quem faz ciência, mas também por quem faz política: “os níveis de literacia científica da população têm com efeito implicações para as decisões sobre política de ciência em dois sentidos: por um lado, uma participação afectiva dos cidadãos nos processos de decisão política que incorporam conteúdo científico e técnico pressupõe um entendimento dos problemas que estão em jogo; por outro lado, a literacia científica deveria constituir ela própria objecto de medidas políticas no campo da educação, da formação e da cultura destinadas a promover a igualdade entre os cidadãos neste domínio.” (Gonçalves, 2000, p. 4).

Por outras palavras, a questão de divulgação científica não é apenas um problema relativo aos objectivos da produção de conhecimento científico e da justificação social do seu financiamento, é uma questão de regime democrático, isto é, de dotar a comunidade de conhecimento que a torne capaz de uma participação activa e informada nos processos demo-

cráticos de opção e decisão. A divulgação científica é, pois, um problema de ideologia e regime.

Neste princípio de século, talvez porque os problemas se agudizam, são os próprios poderes (científicos e políticos) que reclamam uma maior consciência e intervenção cívica (veja-se o sucesso mediático do documentário de Al Gore), a qual coincide com um reforço da apetência pública: a abertura mediática da ciência, associada ao desenvolvimento das competências democráticas e cívicas, têm vindo a dar origem a um público mais reflexivo e crítico, progressivamente mais exigente e interventivo, frequentemente organizado em associações, grupos de cidadãos, etc.. Não é pois de estranhar que as últimas décadas se assista a que uma parte da tradicional sociedade passiva se faça ouvir com mais frequência, exigindo um maior retorno social em termos de disponibilização de conhecimento relativamente à produção científica e às suas consequências, não só como retorno ao investimento que essa mesma sociedade faz no suporte da actividade científica, mas como suporte de uma verdadeira Democracia Participativa.

Este reclamar corresponde a um processo onde, a par do incremento da formação cultural generalista, se amadurece um comportamento de participação cívica democrática, a qual exige mais diálogo nos processos de decisão política que envolvem e se sustentam em conhecimento científico. Esta situação revela que a divulgação científica deixou de ser ape-

nas uma obrigação sentida pelos cientistas, mas passou também a ser uma exigência social reveladora da importância concedida à ciência e à sua interferência no desenvolvimento social global, mesmo quando os níveis culturais das populações não atingem os padrões mais elevados. O consumo de conhecimento científico por um público generalista ultrapassa os limiares do prazer intelectual, da curiosidade ociosa, para se instituir como instrumental e político.

No caso português, um inquérito realizado em meados da década de 90 do século passado, revelou um défice na cultura científica da população portuguesa, que apresenta os mais baixos resultados em quase todos os indicadores” (Rodrigues, Duarte e Gravito, 2000). Contudo, esse mesmo estudo demonstrou que “no que respeita à aceitação dos valores da ciência, ao reconhecimento da importância da ciência no quadro da vida actual, ou mesmo à crença na contribuição da ciência e dos cientistas para a resolução de problemas (...), a população portuguesa revela atitudes (...) por vezes mais positivas ainda que a média dos países da Europa” (idem). A conclusão parece ser a de que o défice de cultura científica da população portuguesa se deve menos a falta de interesse e de reconhecimento da importância social da ciência e da necessidade de esta ser participada, do que à falta de oportunidades de diálogo, resultantes de insuficiências no sistema de ensino, de reduzida oferta de espaços de interacção entre instituições e organismos profissionais ligados à ciência e o público em geral.

Tendo em conta a importância que o conhecimento científico hoje assume nos processos decisórios e tendo em conta que esses processos devem ser democráticos e participados por uma população bem formada, informada e crítica, a situação portuguesa será preocupante. Por outras palavras, se temos uma Democracia Representativa genericamente bem consolidada, temos uma Democracia Participativa ainda muito débil e cientificamente mal informada. Fácil se torna concluir que uma boa parte dessa debilidade reside no fosso criado, numa sociedade que se pretende de conhecimento, quando existe uma divulgação e uma partilha insuficientes da produção científica em geral. Em democracia a participação pública em muitas decisões não é só um direito, é também um dever. Mas, como pergunta Maria Luísa Lima (2000), “sa-



Figura 1

bendo nós que os leigos pensam sobre questões científicas com pressupostos diversos dos cientistas, como é possível utilizar ambos num processo de tomada de decisões?”

Se considerarmos como exemplo os Estudos de Impacte Ambiental, onde a componente arqueológica assume algum relevo, poderemos ter uma boa visão do problema. Os estudos de impacte ambiental devem ser realizados com base em abordagens técnicas credíveis e as decisões que encerram devem assentar em critérios científicos. “Mas qual o resultado de uma Consulta Pública se existe um tradicional divórcio entre a sociedade civil e as coisas da ciência? Como esperar uma participação activa, empenhada e verdadeiramente democrática, porque informada e esclarecida? Creio que este é um bom exemplo da necessidade de traduzir a ciência do latim em que ainda se mantém para o “vulgar”. Fazê-lo é reforçar a democracia e a cidadania. Sem uma “sociedade civil” capaz de ser crítica, de ser consistente e esclarecidamente crítica, a toxidade facilmente passa dos resíduos para os debates sobre a localização e os benefícios/prejuízos de uma incineradora ou de uma barragem” (Valera, 2005), ou, para actualizar o discurso, de um aeroporto ou ponte.

No caso da Arqueologia portuguesa, e como referia em conclusão à citação anterior, deverão os arqueólogos portugueses questionar-se se, mesmo depois das convulsões do Còa e de Alqueva (estas últimas de impacto mediático bem mais restrito), a população portuguesa está mais informada e formada para se pronunciar *livremente*, por exemplo, sobre a barragem do Sabor, ou sobre outro qualquer património arqueológico em risco.

E aqui entramos na outra vertente do problema: a vertente patrimonial. Bem vistas as coisas o Património não existe enquanto tal. O Património é algo que é valorizado como tal, que é patrimonializado, ou seja, que em determinado momento e espaço histórico é investido de um conjunto de valores que o elevam à categoria de elemento patrimonial. Significa que o Património é uma construção contextual que se gera nas relações sociais. E, tal como o conhecimento científico, o Património é instrumental (é tudo menos neutro), estando ao serviço de estratégias identitárias, concepções ideológicas, disputas políticas. Ora por-

que o Património é uma atribuição de valor e porque é socialmente activo, a questão do seu conhecimento é constitutiva de si próprio. Dito de outra forma, só é Património e só actua como Património aquilo que for conhecido e reconhecido como tal. Logo, a divulgação patrimonial é constitutiva dos processos de patrimonialização.

Assim, tendo em conta a importância da divulgação na constituição do conhecimento científico e do Património, entremos na segunda parte deste texto: a apreciação crítica das estratégias de divulgação da Arqueologia portuguesa, vistas, naturalmente, a partir da minha experiência pessoal, na qual se contam dez anos de trabalho na ERA Arqueologia S.A., mas também muitos mais com outros enquadramentos institucionais, relativos à década de oitenta e noventa do século passado.

Nesta análise deixarei deliberadamente de lado as questões relativas à divulgação “inter pares”, só por si merecedora de uma reflexão particular. De igual forma não aprofundarei as questões da vertente museológica, embora elas sejam centrais no processo de diálogo com o grande público. Antes, e dando resposta ao que me foi solicitado, procurarei analisar a situação da divulgação generalista do conhecimento produzido pela vertente empresarial da actividade arqueológica, enquadrando-a na percepção geral que tenho do problema.

2. Problemas e oportunidades de comunicação (apenas algumas notas)

2.1 *Apetência e Competência*

Começo, precisamente, por essa percepção geral (que, como percepção que é, não deve ser distraidamente tomada por realidade). Parto de uma proposição quase axiomática, entendendo por axioma, como aconselha Pascal, aquilo que se nos afigura como evidente: a apetência pública por Arqueologia é quase tão grande como a falta de competência que esta tem revelado para se comunicar. E digo quase axiomática porque tenho desenvolvido nos últimos tempos algumas reservas sobre essa tão comumente proclamada (inclusiva e frequentemente por mim) “apetência pública” (já que sobre a outra metade da equação não tenho grandes reservas quanto à sua evidência).

Existe, de facto, uma ideia generalizada de que as pessoas se interessam por Arqueologia sem que para isso tenham que fazer grande esforço, normalmente por causa da sua áurea de mistério, de aventura, de exotismo, do prazer proporcionado pela descoberta e pela ideia mítica de tesouro (com tudo o que de sociológico isso comporta). Esta ideia, de tanto repetida, tende a generalizar-se como evidência e daí que a tenha mantido como parte integrante da preposição axiomática acima avançada. Contudo, e sem a querer refutar (porque penso que nela há muito de verdadeiro), gostaria de me questionar sobre o que de ilusório também pode existir nesta convicção.

A primeira pergunta que me coloco é *“Até que ponto esse interesse é profundo e levado a sério pelos próprios?”*. Entendo aqui por profundo e sério aquele interesse que reconhece importância estruturante ao conhecimento em causa, que o absorve num processo de construção ontológica e identitária, que olha para essa aquisição de forma crítica e com exigência, que lhe reconhece utilidade a diferentes níveis e a sente como geradora de prazer e de responsabilidade, sentimentos que se manifestam em comportamentos cívicos consequentes no que respeita às questões do património e do conhecimento que lhe está associado.

A segunda questão, ponho-a em contraponto à primeira: *“Não será esta apetência natural apenas uma curiosidade superficial, frequentemente sazonal, essencialmente lúdica e da esfera do fantástico?”*. Por outras palavras, aquele tipo de interesse que nos leva a gostar de ler ou ver aventuras que nos transportam momentaneamente para fora da nossa realidade, funcionando como mera “entretenga” (para utilizar uma expressão de um clássico arqueólogo português), pouco se traduzindo na aquisição crítica e consequente de conhecimento.

O mais provável é que ambos os “interesses”, o mais profundo e o mais superficial, estejam presentes nessa “apetência geral”, mas a sua correlação de forças não é indiferente, pois interfere decisivamente na real valorização que socialmente é conferida à Arqueologia e ao papel do arqueólogo como produtor de um discurso socialmente relevante, assim como condiciona a própria forma e conteúdo desse discurso.

De facto, se uma comunidade se relacionar com as coisas da Arqueologia numa perspectiva essencial-

mente lúdica, superficial e sazonal ou simplesmente ocasional, a afirmação do conhecimento produzido pela disciplina terá pouca consequência social e cultural. Tenderá a transformar-se num produto de consumo rápido, ao qual se presta alguns “segundos” de atenção curiosa ou enfadada, mas sem grande reflexão ou retenção. Enquadrado no campo da superficialidade, o conhecimento arqueológico rivaliza com todo um mundo de generalidades mediáticas, revelando grandes dificuldades para sobressair e mais ainda para se enraizar.

Neste contexto, a tendência para se “espectacularizar” o discurso é quase irresistível. A descoberta tem que ser a mais surpreendente, a mais antiga, a maior, a mais revolucionária. Ao contrário de outras coisas, não é medida em campos de futebol, mas em termos de comparação com Egípcios ou Stonehenges ou qualquer outro ícone do imaginário arqueológico popular. Para isso a informação associada à descoberta e à adjetivação superlativa deve ser curta, simples, superficial, sublinhando curiosidades, exotismos e o inequívoco carácter excepcional da descoberta. Simultaneamente, e em face dos novos contextos em que se movimentam os financiamentos das actividades arqueológicas, esta comunicação deve assumir o papel de “spot publicitário”, o que reforça a importância da linguagem de espectáculo e dota o discurso de uma carácter também comercial.

Basta pensar no que tem sido a habitual cobertura da Arqueologia pelos media. Esta era geralmente sazonal, em parte porque a actividade arqueológica também costumava ser sazonal, mas sobretudo porque ocorria na “silly season” do ciclo anual mediático, onde, por suposta “falta” de noticiário substancial, o irrelevante e a “entretenga” ganham espaço. Informações sobre este ou aquele conjunto de jovens voluntários ou adultos iniciados que participam entusiasticamente num campo de trabalho, entrevista com o arqueólogo de serviço que diz uma série de generalidades sobre a importância do sítio, aqui e acolá um político ainda não de férias que aproveita para fazer política (como apostamos na valorização do património; como consideramos os nossos recursos culturais numa estratégia integrada de desenvolvimento turístico; etc.), e por aqui se fica, normalmente, a notícia.

Face a uma apetência superficial, seja de parte do público, seja da forma como os media costumavam tratar o noticiário arqueológico, a tradicional dificuldade de comunicar fazia-se sentir, gerando um progressivo afastamento entre o discurso e a discussão científica de vanguarda desenvolvidos pela disciplina e os “produtos” disponibilizados ao público. Estes tendiam a ser “primários”, simplistas e antiquados, veiculando interpretações há muito questionadas e ignorando debates interessantes e de actualidade que se iam desenvolvendo dentro da disciplina. A argumentação era de que o público (e os *media*) só consumiria se fosse simples, directo e que não obrigasse a pensar muito. Quase paradoxalmente falava-se de uma apetência pública, mas considerava-se esse público passivo, incapaz de se interessar por problemas (e não apenas por respostas rápidas) e pela forma como o conhecimento científico é produzido em Arqueologia. A outra alternativa à simplificação básica era o discurso “intimista” que, muitas vezes, só o autor descodificava. A disciplina desenvolvia uma visão paternalista do “público” ou simplesmente uma atitude de “falar para si própria”, empobrecendo a sua missão formativa, confundindo-se o formato da informação, que naturalmente tem que ser apelativo, atractivo e adequado para a diversidade de públicos existente, com a simplicidade e a superficialidade de conteúdos. Na área da Pré-História (a que melhor domino), enquanto as problemáticas disciplinares iam alterando o discurso científico, dando origem a vários discursos concorrentes entre si, o discurso único, simples e repetitivo (ou mais ou menos impenetrável) para “turista” tendia a manter-se.

Nos últimos anos, contudo, a Arqueologia profissionalizou-se, entrou no campo do ordenamento do território (acções de prevenção, minimização e salvamento) e até se atreveu a dar alguns passos na direcção das ditas “indústrias culturais”. Com isso deixou de ser uma actividade sazonal, passando a anual e, assim, começou a aparecer mais vezes nos *media* fora da “silly season”. Esta mudança correspondeu também a uma mudança de protagonistas. Se anteriormente a Arqueologia Sazonal correspondia essencialmente a projectos de investigação do PNTA ou projectos de valorização, tendo por protagonistas universitários (e respectivos estudantes e voluntários) e técnicos da

administração pública, nos novos tempos os protagonistas são essencialmente empresas e arqueólogos profissionais.

A mudança de protagonistas, contudo, não trouxe grandes alterações ao nível do discurso veiculado pelos media, e se mudança existiu, ela teve sobretudo a ver a tal necessidade de proporcionar um retorno em termos de publicidade e imagem aos promotores, circunstância favorável que, contudo, não tem sido aproveitada da melhor maneira.

Se a tradicional dificuldade de comunicação se relacionava com uma incapacidade de adequar um discurso hermético, marcadamente técnico e especializado, a um público generalista, evitando a infantilização ou generalização inócua; as novas dificuldades resultam, logo à partida, da própria roupagem de que se reveste a maioria do trabalho realizado pelas empresas de arqueologia em Portugal.

Fiz recentemente a crítica da produção científica resultante da actividade empresarial em Arqueologia em Portugal (Valera, 2007). Não vou, naturalmente, repetir aqui essa crítica; apenas lembrar as suas conclusões: um mercado que não procura qualidade; uma exigência e fiscalização insuficientes; uma organização empresarial pouco profissional; uma formação técnica e científica débil; a não realização de que a justificação e a sustentabilidade da Arqueologia (em geral e, no caso mais concreto, da de minimização e salvamento) é o seu retorno social; em suma, que tudo isto tem contribuído para uma produção científica de fraca qualidade e sobretudo não proporcional ao investimento realizado pelo país neste sector.

Ora não tendo o conhecimento produzido, em face do seu contexto de produção, a qualidade exigível, não será de esperar que a etapa subsequente, a da sua divulgação, resulte numa prática exemplar. De facto, ela situa-se num patamar bem mais abaixo, ou seja, se ainda se vai produzindo alguma coisa de útil em termos científicos, a sua divulgação pública é bastante limitada e frequentemente incompetente.

A incompetência começa logo na insuficiente formação de muitos arqueólogos que trabalham em contexto empresarial, o que à partida os limita no seu potencial comunicativo, tanto em termos de forma como de conteúdo. Relativamente à forma, o ensino em Portugal é bem conhecido por não saber prepa-

rar os alunos para contactos e apresentações públicas, deixando quase tudo nas mãos do carácter e da “veia” comunicativa de cada um. Isso é bem visível nas reuniões científicas disciplinares e, naturalmente, repercute-se no contacto com o grande público. Muitos profissionais nem sequer ainda interiorizaram que competências comunicacionais fazem parte integrante das suas competências profissionais. Quanto ao conteúdo, a falta de preparação e a ignorância de muitos levam ao disparate, à superficialidade ou simplesmente ao silêncio (o que em certas situações até é um mal menor).

Na realidade, quando se pretende falar sobre divulgação de conhecimento arqueológico resultante da actividade empresarial, um dos capítulos importantes é precisamente o do silêncio. Muito do trabalho realizado e do discurso produzido pela Arqueologia Empresarial não sai das prateleiras onde se arrumam os relatórios, muitos destes já de qualidade duvidosa. O país não tem a noção da dimensão da actividade arqueológica anual, nem dos seus custos (os quais paga) e, naturalmente, dos seus resultados. Sendo permanentemente responsabilizado pelo seu comportamento cívico face ao património, o público não vê um retorno proporcional a toda essa actividade e investimento (que assim se transforma essencialmente em despesa).

Por outro lado, algum trabalho empresarial tem sido feito também no capítulo da valorização, o qual, por excelência, se destina a um diálogo com o público. E se essas iniciativas e a sua multiplicação são de louvar, já a forma de comunicação e os conteúdos perpetuam muitos dos tradicionais problemas acima apontados.

2.2. Oportunidades privilegiadas e o seu (des) aproveitamento.

Ao contrário dos agentes da Arqueologia de investigação programada ou mais relacionada com projectos de valorização, os arqueólogos que trabalham em arqueologia preventiva e de salvamento estão mais perto do público generalista. Na maioria das vezes estão no meio do dia a dia desse público. Têm pois uma posição privilegiada para com ele dialogar e comunicar, nomeadamente num dos momentos importantes e interessantes da produção de conhecimento: o do trabalho de campo.

Trata-se, como disse, de um momento privilegiado para comunicar metodologias e métodos da disciplina, para ir informando sobre a natureza e importância dos contextos em causa, sobre as problemáticas que levantam, sobre as questões a que respondem, sobre as diversas potencialidades de que se podem revestir.

Um conjunto de práticas poderia tornar-se rotina, com benefício para promotores, para o público em geral e, naturalmente, para a disciplina e seus agentes. Entre elas conta-se uma boa comunicação directa com o público, seja resultante dos contactos espontâneos, seja através de visitas organizadas e programadas. Aqui, a capacidade de comunicação do arqueólogo de campo é central, não só no que respeita à forma, mas também relativamente ao conteúdo científico e a um conjunto de mensagens relacionadas com ética disciplinar e participação cívica. A maturidade, a exigência, a adequação, o rigor e a solidez do discurso são centrais para uma comunicação consequente, assim como a capacidade de argumentar e envolver o interlocutor, gerando interesse, confiança e admiração pelo trabalho que está a ser realizado. Os discursos básicos e infantis ou herméticos devem ser evitados, as problemáticas devem ser partilhadas, as expectativas enunciadas, as dificuldades reveladas e as histórias possíveis contadas. A formação comunicativa e a sensibilidade para a importância destes momentos de interacção com o público deverão, pois, fazer parte das competências do arqueólogo, que deverão ser ensinadas, orientadas e treinadas e não simplesmente deixadas ao acaso das capacidades de cada um.

O reconhecimento da importância deste “espaço de comunicação”, que não é mais que um momento de “ciência viva” que outras disciplinas tentam recrear (mais artificialmente) nas épocas estivais, deveria mesmo levar à organização de programas de comunicação em trabalhos de longa duração e de grande visibilidade (e incómodo) público. A título de exemplo reproduzo, com ligeiras adaptações, o ponto referente à criação de um mini gabinete de comunicação enquadrado no plano de minimização arqueológica encomendado Polis de Silves e Câmara Municipal de Silves, mas que não chegaria a ser posto em prática por estas entidades.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PARA O POLIS DE SILVES REFERENTE À MINIMIZAÇÃO ARQUEOLÓGICA

Silves está com as obras referentes ao programa Polis atrasadas porque a cidade é um terreno fértil em vestígios arqueológicos; assim as obras são muito condicionadas pelos trabalhos de arqueologia.

Em face dos problemas que a salvaguarda do património coloca ao empreendimento, torna-se necessária a definição de uma estratégia de comunicação que apoie a concretização do plano de intervenções arqueológicas. Esta estratégia de comunicação pretende definir formas de gerir atrasos e inconvenientes decorrentes da própria situação de obra e que têm impacto em quatro grupos de destinatários:

- a população de Silves;
- os visitantes;
- a comunidade arqueológica;
- o público nacional que acompanha as notícias sobre os programas Polis.

Pensamos que é possível não só minimizar, como principalmente converter estes inconvenientes num argumento positivo. Transformá-los numa estratégia de valorização e chamar a atenção para a dimensão das intervenções e do cuidado que se está a ter com a cidade. Aproveitar as intervenções para dizer aos habitantes de Silves que não só se está a trabalhar para a melhoria efectiva das infra-estruturas (saneamento, canalizações), como também a enriquecer o património comum e a criar novos e renovados motivos de visita.

ESTRATÉGIA PARA TODOS OS GRUPOS DE DESTINATÁRIOS

O princípio desta estratégia será o de dizer sempre a verdade e explicar o mais possível as situações, sem tentar camuflar situações.

Parece-nos importante criar uma estrutura de comunicação com o exterior. Basta uma só pessoa para assegurar esta missão —um Coordenador de Comunicação o qual deverá ter um conhecimento grande sobre arqueologia. Tem que escrever bem e ter noções de construção de um texto jornalístico. Idealmente deverá estar exclusivamente dedicado a este trabalho para ter informação abrangente e actualizada. O objectivo deste mini gabinete de comunicação é produzir regularmente e sempre que necessário informação: informação para os jornais regionais e locais e informação para canais privilegiados de jornais nacionais.

A ideia é a de construir um sistema de informação para os meios de comunicação, através do envio de pequenos *press-releases* (uma pasta com o texto e duas ou três fotografias e um CD com tudo em formato digital). A pasta quer-se com um desenho sólido, mas com um aspecto prático e de baixo custo, idealmente teria um formato original ou um pormenor facilmente memorizável.

Esta pessoa será, também, necessária para dar uma pronta resposta à comunicação social caso surjam perguntas sobre a execução do trabalhos ou dúvidas que possam ser colocadas por jornalistas. Será também importante para o fornecimento de respostas rápidas e desmentidos (se for necessário) caso surja qualquer tipo de informação publicada que deva ser rebatida.

Enquanto área sensível, sugerimos que o gabinete de comunicação esteja na directa dependência e articulação com Silves Polis S.A. e a Câmara Municipal. Poderá ser vantajoso aparecer também associado ao museu, aproveitando a sua imagem enquanto entidade neutra e particularmente vocacionada para a salvaguarda/divulgação do património.

PARA OS HABITANTES DE SILVES

Propomos a criação de estruturas expositivas nas obras: aproveitar os tapumes das obras para explicar à população o que se está a escavar e mostrar o que foi encontrado. Estes painéis ajudarão a explicar a obra e os

cuidados com a intervenção (porque é que está a ser mais lento), cimentarão as noções de identidade porque aumentam o conhecimento sobre o passado da cidade. Através de painéis de polipropileno com impressão digital, colocados sobre os tapumes, em locais legíveis poder-se-á ir explicando o desenrolar dos trabalhos. São actualizáveis com custos baixos.

Propomos a criação de visitas guiadas às escavações, gratuitamente, aos habitantes de Silves, no último fim-de-semana de cada mês.

Propomos que se faça um destaque, numa mini estrutura expositiva renovável na Câmara, dos melhores achados, devidamente explicados.

Não eliminamos para já a hipótese de se editar algum material específico para os habitantes, algo que lhes fale directamente e que tenha contornos de informação privilegiada. Antevemos que possa passar por alguma forma de texto impresso distribuído em locais públicos de grande afluência, ou a acompanhar um evento, ou a ser fornecido aquando da visita às escavações.

A população receberá informação através do jornais locais, que é insuflada pelos *press-releases* propostos no número anterior.

PARA OS VISITANTES

As estruturas expositivas nas obras constituem já um «museu ao vivo»; a ideia que em Silves há descobertas em permanência poderia ser um tema de investimento promocional para o Verão de 2005 e não é de descurar a hipótese de alargar as visitas a escavações a actividades diárias no Verão se não colidir com o desenrolar dos trabalhos. Se esta hipótese for enquadrada será necessário produzir algum material promocional para estes acontecimentos e uma articulação com a Região de Turismo do Algarve poderia ser proveitosa. Trata-se de desenvolver a ideia de que a investigação arqueológica poderia ser presenciada.

Dado que a hipótese de criar alguma forma de participação nas escavações é inviável legalmente, propõem-se a ideia de criar espaços de conversas com arqueólogos. O formato não seria o de visitas guiadas, mas uma conversa informal e aberta em que se debatia, perguntava e contactava directamente não só com os achados, mas também com a actividade arqueológica. Teria que ser pensada de forma a não perturbar o regular funcionamento dos trabalhos.

PARA A COMUNIDADE CIENTÍFICA E TÉCNICA

Os arqueólogos e técnicos de arqueologia são, sobre vários pontos de vista, um grupo importante a ter em conta. Não só porque acompanharão o processo e a sua publicitação, mas porque são elementos chave para a crítica técnica e científica de todo o trabalho. É necessário, numa intervenção tão vasta, aproximar os investigadores e técnicos de arqueologia que têm trabalhado em Silves.

Assim, propomos a realização de duas palestras (colóquios, conferências), a decorrer durante o processo dos trabalhos, em que seriam convidados a fazer apresentações os principais arqueólogos que ao longo dos últimos anos têm trabalhado em Silves.

PARA O PÚBLICO QUE ESTÁ ATENTO AOS PROJECTOS POLIS E ÀS INTERVENÇÕES ARQUEOLÓGICAS

O *press-release* será a melhor maneira de chegar a um público mais amplo. Sempre que possível os *press-releases* devem incluir as referências a aprovações pelo IPA.

(Ponto estruturado pela empresa de design e comunicação Ideias Ilimitadas lda. Em parceria com a ERA Arqueologia S.A.)

Naturalmente, sobretudo em contextos urbanos, outras formas de comunicação, de carácter mais indirecto, podem ser assumidas, como por exemplo a colocação de placares ou telas informativas e didácticas durante a realização dos trabalhos, o que, sendo uma

solução interessante (de vários pontos de vistas e para os diferentes agentes em causa) e relativamente barata, continua a ser muito pouco utilizada, preferindo a maioria das empresas optar por uma discrição que aspira à invisibilidade.



Figura 2. Tela informativa colocada durante as escavações da Casa do Governador da Torre de Belém, em Lisboa.

Esta comunicação durante o trabalho integra-se numa filosofia de “Arqueologia em Construção”, proporcionando ao público um contacto com o ambiente de produção do conhecimento arqueológico. Trata-se de uma aposta fundamental para consolidar e aprofundar o interesse e a valorização social desse conhecimento e da prática profissional que lhe está associada. Esta lógica, por exemplo, é a que preside à interacção entre o Programa Global de Investigação do complexo arqueológico dos Perdigões e o grande público. Cintado o que há tempos escrevi sobre esse projecto:

“A valorização de um sítio como os Perdigões poderá, assim, assumir um duplo carácter hermenéutico: a apresentação do sítio e do conhecimento produzido sobre as comunidades que ali viveram, acompanhado de um processo auto-reflexivo, que

traga o visitante a aperceber-se das condições de produção desse conhecimento e das próprias estratégias de valorização. Todas as estruturas materiais e acções no terreno de um tal processo de valorização deverão ser, assim, pensadas em função de um conceito central: o de que estaremos perante um sítio arqueológico cujo conhecimento está em construção, portanto em mudança, num processo que ocorre no presente, em que concepções epistemológicas, teóricas e metodológicas se confrontam, dando origem a discursos diferentes sobre o sítio ou partes do sítio. Não se oferece ao visitante um sítio e uma interpretação oficial e ‘verdadeira’, mas um processo interpretativo, com as suas negociações e confrontos, com os necessários estádios de cristalização provisória de preposições interpretativas e explicativas concorrentes. É o que poderemos designar por uma valorização dinâmica, que acompanha o processo criati-

vo científico e as trajetórias do presente, através das quais inevitavelmente abordamos o passado. Deste modo, a divulgação da ciência passará, também, por uma apresentação das condições da sua produção. A consciencialização da real natureza do discurso científico, das suas contingências, dos seus comprometimentos ideológicos, da sua 'humanidade', é importante para a formação da consciência crítica da 'sociedade civil'. Processo que assustará muitos dos profissionais da ciência, pois a partilha de conhecimento e das 'vicissitudes' da sua produção expõe mais o cientista e parecem tirar-lhe poder (em terra de cegos...). Mas essa partilha é um dever, e só mesmo quem não a experimentou não conhece a satisfação que pode proporcionar" (Valera, 2005).

Naturalmente, para atingir estes objectivos, teríamos que voltar à questão da qualidade científica que orienta e executa muitos trabalhos de arqueologia empresarial efectuada em contextos importantes e de grande potencial, mas não vou voltar a fazê-lo, limitando-me, uma vez mais, a remeter o leitor para o já citado texto da revista *Al-madan*. Em contrapartida, prefiro regressar à questão da forma que o discurso arqueológico tem assumido quando se destina ao grande público.

2.3. *O estigma da narrativa.*

Voltando às bases epistemológicas do problema, lembro que a busca cientista da objectividade levou a que, durante muito tempo, a dimensão psicológica, emocional, da ciência fosse reprimida, com consequências no discurso científico de divulgação. O objectivismo cientista, que consagrou a separação entre o cientista e a sociedade, consagrou igualmente a separação de linguagens. A linguagem da ciência, séria e objectiva, era uma linguagem formal, de rigor conceptual inimputável, policialmente contida dentro das fronteiras do mais puro racionalismo e purismo conceptual. Na sua relação com o público a ciência não faria concessões. Seja na produção seja na divulgação, a ciência teria que se afastar da narrativa, da linguagem poética, da arte. Afastamento que mais não era que a tradução do pretensado distanciamento entre o cientista e a sociedade com vista à máxima objectividade.

Contudo, ao longo da história da ciência, a aproximação à arte e à narrativa foi sistematicamente

ensaiada, revelando que, para desespero de alguns, os grandes cientistas se comportam frequentemente como artistas. De facto, o sucesso que a divulgação científica vem tendo nas últimas décadas tem muito a ver com o ultrapassar da perspectiva de uma ciência "descontextualizável" e passível de ser feita por verdadeiros "aliens". A concepção humanizada da produção científica facilitou a humanização do seu discurso de divulgação, com significativas consequências na sua capacidade de relacionamento com o grande público. Tem sido essa a evolução do discurso historiográfico:

"A uma 'História Ciência', descrita como apresentando uma natureza analítica, demonstrativa e explicativa, com uma aspiração cientista à objectividade e apreensão da verdade, que se expressa por um discurso considerado seco e repetitivo, condicionado por princípios normativos inibidores, contrapõem-se uma História Narrativa (adjectivada de poética, contemplativa ou artística) que, liberta dos constrangimentos do cientismo, se preocupa com a criatividade e com a forma de comunicação, valorizando as dimensões interpretativas e subjectivas do conhecimento, aproximando-se, com maior ou menor prudência, da expressão metafórica e ficcional. Também aqui o momento da comunicação é considerado crucial para o regressar de um público (e com ele a efectivação de um prolongamento da memória), o qual teria sido afastado pelo hermetismo e cinzentismo do discurso científico" (Valera, 2004).

Devo mesmo acrescentar que a tendência não traduz apenas uma alteração de forma de comunicar, mas que também corresponde a um enriquecimento do próprio conteúdo, pois valorizando a interpretação num contexto de um enredo dramatizado, acrescenta ao pensamento lógico uma dimensão intuitiva e sensorial, permitindo atingir modalidades de conhecimento a que o pensamento racional se encontra paradigmaticamente fechado, ganhando novas potencialidades de captar o interesse do público e de comunicar de forma mais subliminar e eficaz.

Reconhecido o valor da narrativa nos próprios processos de produção de conhecimento e de comunicação inter pares, a sua reafirmação no capítulo da divulgação pública é a consequência natural. Os cientistas, como todos os grupos sócio-profissionais, estão inseridos num contexto

competitivo e já perceberam que a sua existência e capacidade de actuação é correlativa da sua habilidade de cativar o público, isto é, de conseguir ter mercado, e que este requer formas e capacidades específicas de comunicação. O desafio é, pois, o de comunicar bem, de forma imaginativa, apelativa e criativa e simultaneamente rigorosa e pedagógica.

Para essa tarefa dispomos hoje de uma cada vez maior variedade de meios tecnológicos. Mas nessa imensidão de possibilidades há que dar nova pujança à palavra (seja escrita, seja falada). No mundo cada vez mais organizado em torno de uma vivência de consumo imediato e rápido, a imagem tem vindo a retirar espaço à palavra. Mantenho, contudo, a convicção de que a palavra e a sua dramatização são insubstituíveis e indispensáveis para uma boa e consequente comunicação científica. A máxima de que uma imagem vale mais que mil palavras é falsa e apenas poderá traduzir a perda de capacidades de comunicação oral e escrita. A minha convicção é a de que a comunicação científica não pode dispensar a estrutura narrativa e que esta, por sua vez, não pode e não deve dispensar a palavra, por mais notáveis representações virtuais que possamos construir.

Naturalmente, o adequado recurso à narrativa na comunicação científica implica níveis de maturidade, criatividade e simultaneamente de rigor e ho-

nestidade científica que não abundam no quadro da arqueologia empresarial portuguesa, o que, somado às já referidas insuficiências ao nível da produção de conhecimento, nos dá uma boa ideia do problema que temos pela frente. Mas será por aí que temos que caminhar.

3. Concluindo...

A questão da divulgação do conhecimento em Arqueologia, como noutras áreas científicas, é constitutiva da própria razão de ser desse conhecimento e assume uma justificação epistemológica e ideológica, mas também ontológica. Conhecer é aproximarmos das coisas, é torná-las parte de nós, é integrá-las na nossa vivência, ou seja, é modificamo-nos e construirmo-nos. A partilha desse conhecimento é pois um acto de tremenda responsabilidade, que deve ser assumido com o entusiasmo vibrante de quem se realiza com ele, mas não encarado com a ligeireza que caracteriza a inconsciência da real importância estruturante dessa partilha.

Deveria também, por isso, ser mais que uma obrigação. Deveria ser uma necessidade, uma pulsão que vem de dentro de quem se dedica à sua produção, uma incontável vontade de partilha que caracteriza aquele que vibra com o que faz.

Notas

- [1] Físico austríaco, premiado com o Nobel da Física, que desenvolveu os seus trabalhos na área da mecânica quântica. Como todos os grandes físicos, a sua visão do conhecimento era abrangente, onde a filosofia e uma perspectiva humanista assumiam particular relevo.
- [2] Poderiam dizer-me que isto é uma evidência e que, pura e simplesmente, a ciência não é uma actividade neutral, que naturalmente é incapaz de se extrair ao seu contexto e que portanto afirmar a sua contingência é uma banalidade. Certo. Mas muitos dos que estão na actividade científica ainda não pensam assim. Pensando a ciência como produção inteiramente objectiva, concebendo-a como reveladora (de um real à espera de ser revelado) e não conseguindo perspectivá-la como construção, são alheios aos benefícios e aos perigos do seu carácter instrumental.
- [3] Para quem quiser aprofundar o assunto relativamente ao caso português recomenda-se os livros *Cultura Científica e Participação Pública*, coordenado por Maria Eduarda Gonçalves, e *A comunidade científica portuguesa nos finais do Século XX*, coordenado por Jorge Correia Jesuino.

Referências Bibliográficas

- BOURDIEU, P. (2004) – *Para uma sociologia da ciência*. Lisboa: Edições 70.
- GONÇALVES, M. E., Ed. (2000) – *Cultura Científica e Participação Pública*. Oeiras.
- JESUÍNO, J. C., Ed. (1995) – *A comunidade científica portuguesa nos finais do século XX*. Oeiras: Celta.
- LIMA, M. L. (2000) – As controvérsias públicas nos estudos de impacte ambiental. In GONÇALVES, M. E., Ed. (2000) – *Cultura Científica e Participação Pública*. Oeiras, p. 139-151.
- RODRIGUES, M. L.; DUARTE, J.; GRAVITO, A. P. (2000) – Os portugueses perante a ciência. In GONÇALVES, M. E., Ed. (2000) – *Cultura Científica e Participação Pública*. Oeiras, p. 33-39.
- VALERA, A. C. (2005) – *Holocénico [O Blog]*. Lisboa: Era Arqueologia/Colibri.
- VALERA, A. C. (2008) – Arqueologia Empresarial e Produção de Conhecimento: uma análise crítica da situação portuguesa. *Al-Madan*. Almada. II Série, 15, p. 75-82.

Resumen: En este artículo se enfoca la cuestión de la difusión del conocimiento científico que se produce en el contexto de la práctica de la Arqueología. Ante la complejidad del problema y de los múltiples enfoques, se ha elegido la organización de este texto en dos partes distintas, si bien orgánicamente relacionadas. En la primera parte se enfoca, bajo una perspectiva marcadamente teórica, la fundamentación epistemológica, ideológica y política de la necesidad de la difusión científica, tal y como su carácter constitutivo en las materias relativas al patrimonio. En la segunda parte se debaten algunos problemas concretos concernientes a la difusión de ese conocimiento, con énfasis especial en la vertiente de la actividad empresarial. Se discuten los problemas de la adecuación de lenguajes y contenidos, de la preparación comunicacional de los profesionales de Arqueología y de los condicionalismos impuestos por los contextos mediáticos y sociales que ciñen la actividad y su relación con el público.

Palabras clave: Difusión Arqueológica; Conocimiento Científico; Arqueología Empresarial; Narrativa; Democracia Participativa.

Abstract: This paper discusses the diffusion of scientific knowledge produced by the practice of archaeology. Due to the complexity of the issue and the multiple approaches, the text has been divided in two different parts, while organically related. The first part is markedly theoretical and draws on the epistemological, ideological and political justifications on the need of scientific diffusion, as well its constitutive nature when the subject is the cultural heritage. In the second part we discuss some specific problems concerning the diffusion of that knowledge, especially on the context of commercial archaeology. We examine the adequacy of languages and contents, the communicational preparation of archaeologists and the limitations imposed by the media and social contexts that constrain the practice and its relation with the public.

Keywords: Archaeological Diffusion; Scientific Knowledge; Commercial Archaeology; Narrative; Participative Democracy.

