



ENTRE A CIÊNCIA E A MÍDIA: UM OLHAR DE ASSESSORIA DE IMPRENSA¹

Giovanna Benedetto Flores²

Resumo: *Esse trabalho se propõe a identificar as estratégias discursivas predominantes do jornalista de divulgação científica na condição de assessor de imprensa, identificando o modo como ele trabalha as informações, fazendo um duplo movimento de interpretação entre os dizeres dos cientistas e da mídia. O sujeito do discurso de divulgação, nessa posição, traz uma diferença importante em relação ao discurso do jornalismo científico já que ele funciona como referência para o jornalista de mídia.*

Palavras-chave: *Ciência. Mídia. Discurso.*

INTRODUÇÃO

Atualmente, podemos elencar várias publicações que divulgam ciência, notadamente nos centros de maior produção do país (Rio de Janeiro e São Paulo), ligadas a fundações de pesquisas, universidades e órgãos de fomento, e ainda, outras mais abrangentes, como aquelas ligadas a editorias comerciais.

No geral, ainda persiste uma grande carência da divulgação de produção científica nacional pela mídia. Mesmo quando esta existe, nem sempre a circulação do conhecimento se dá de maneira satisfatória, quer seja pela falta de políticas científicas do Estado que incentivem esse movimento, quer seja pela falta de conhecimento dos jornalistas e divulgadores.

Ao falar sobre divulgação científica, não estamos nos referindo às publicações científicas especificamente produzidas por cientistas, e sim, aos materiais produzidos pela mídia, através de publicações na imprensa em geral. Nesse caso, a mídia é lugar de mediação entre o discurso científico e a sociedade.

A sociedade em geral está muito distante da sociedade científica, pois se de um lado ela consegue compreender a importância do papel da ciência para o desenvolvimento da nação e do mundo, de outro não consegue compreender a ciência, uma vez que desconhece suas determinações históricas e ideológicas, que são elementos constitutivos das relações de poder que orientam o discurso científico.

Nesse cenário, a mídia acaba sendo um instrumento didático na disseminação da ciência, explorando seus aspectos técnicos e pragmáticos, mas não um meio de compreensão do discurso científico. Isto acaba por reforçar as relações de poder, mantendo o *status quo*. Ou seja, a mídia, ao tornar algumas pesquisas científicas conhecidas pelo grande público, enfatiza, normalmente, os avanços tecnológicos e os resultados práticos

¹ Texto originalmente publicado In: NECKEL, Nádia. R. M.; GALLO, Solange. L. (orgs.). *Ciência e Cultura*. Palhoça: Unisul, 2011, v. 1, p. 17-28.

² Docente do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Unisul. E-mail: giovanna.flores@unisul.br



imediatos. Neste sentido, há um longo caminho a ser percorrido entre a informação sobre estas pesquisas científicas e a compreensão desse processo.

Os meios de comunicação – rádios, jornais, televisões, revistas, cinema e internet, compõem, hoje, uma rede global denominada multimídia, facilitando o acesso à informação. Os veículos de comunicação passam por um processo de padronização da informação, que é a reprodução da mesma notícia em todos os meios, se diferenciando apenas nos enfoques. Se por um lado esse fato traz resultados positivos para a sociedade, já que democratiza a informação, por outro lado, a concorrência para dar a notícia em primeira mão aumenta, pois é esse o fator diferencial dos veículos de comunicação. Esta conjuntura impossibilita ao jornalista a pesquisa e a produção de reportagens mais elaboradas, e, em muitos casos, o leitor acaba recebendo as informações incompletas, não tendo acesso a outras interpretações.

Deve-se também considerar a maneira como o jornalista produz a informação. Geralmente, esta produção parte de um evento momentâneo, ao contrário da ciência, que produz seus sentidos pelo acúmulo de “micro” acontecimentos, bem distante dos grandes eventos, que para a ciência são raros, ou seja, o tempo do jornalismo é diferente do tempo da ciência. O primeiro é agora, o presente imediato, enquanto que o segundo é o processual.

Desta forma, esse trabalho se propõe a identificar as estratégias discursivas predominantes do jornalista de divulgação científica na condição de assessor de imprensa, identificando o modo como ele trabalha as informações, fazendo um duplo movimento de interpretação entre os dizeres dos cientistas e da mídia. O sujeito do discurso de divulgação, nessa posição, traz uma diferença importante em relação ao discurso do jornalismo científico já que ele funciona como referência para o jornalista de mídia.

O corpus desta pesquisa se compõe de textos produzidos por pesquisadores, por jornalistas que exercem assessoria de imprensa e por jornalistas da mídia em geral, produzidos em dois congressos científicos: um de mutagênese ambiental e outro de patologia clínica/medicina laboratorial. Estes congressos reuniram pesquisadores do mundo inteiro em Florianópolis, Santa Catarina, em 2003 e 2004, respectivamente. A noção determinante do recorte feito no corpus é a de autoria, que faz parte do dispositivo teórico-analítico da Análise do Discurso, tendo como principal referência Pêcheux (1969) e Orlandi (1990).

OS TRÊS DISCURSOS POSSÍVEIS: O DA CIÊNCIA, O DE DIVULGAÇÃO E O DA MÍDIA

Texto do artigo. Nesse trabalho, identificamos três tipos de divulgação, que apresentamos como a do **tipo 1**, aquela que fica nos limites de uma mesma ordem de discurso, ou seja, é o discurso da ciência para a ciência; e as de **tipo 2** e **3**, que são outros tipos de divulgação, relacionando o discurso da ciência com outro discurso. Ambas as formas discursivas produzem divulgação, mas para leitores diferentes. A forma discursiva do tipo 2 é a da ciência para o grande público e tem o movimento de interpretação oscilan-



do entre ordens diversas de discurso: o discurso da ciência e o discurso jornalístico, onde o leitor virtual não é especializado em ciência e nem em jornalismo.

Já a forma discursiva do tipo 3 produz o movimento de interpretação entre a ciência e o jornalismo não especializado, o sujeito-jornalista da mídia, que aqui é o interlocutor de outro jornalista.

Entendemos que no caso do tipo 2, o leitor (ideal) virtual, para qual o autor produz a matéria é o grande público, enquanto que no caso do tipo 3, o leitor (ideal) virtual, para qual o autor produz é outro jornalista. Essa função, no ponto de vista pragmático, é reconhecida como de assessoria de imprensa.

No discurso do tipo 1, da ciência para a ciência, o pesquisador se inscreve no discurso científico e fala para seus pares, ou seja, fala para outro cientista usando uma linguagem reconhecida pela comunidade científica, que é entendida, interpretável, porque tanto o autor como o interlocutor compartilham os mesmos sentidos, que para a Análise do Discurso são sentidos pré-construídos próprios do discurso da ciência, no qual eles se inscrevem.

Tem-se, como exemplo, o tema apresentado pelo médico/pesquisador sobre puberdade precoce. Na palestra, ele se utiliza de gráficos e fotos que mostram as consequências dos distúrbios e os avanços da pesquisa, como também usa uma linguagem reconhecida pela comunidade médica/científica, identificada por enunciados comuns a essa comunidade, como por exemplo “Telarca e puberca prematuras” ou “Idiopática mais comum”.

Essas marcas constituem-se em evidências de que tanto o locutor quanto seus interlocutores inscrevem-se no discurso científico e o sentido do seu dizer provém dessa ordem discursiva. Neste caso, fica totalmente fora de questão a intenção dos indivíduos, pois a forma dos textos na perspectiva discursiva tem determinação histórica e ideológica. É o trabalho elementar da ideologia que deixa apagado para o sujeito as razões de sua determinação. É esse o mecanismo de produção do óbvio no “universo logicamente estabilizado” (Pêcheux, 1990, p. 22). Isso explica a “naturalidade” com que um cientista ouve e entende/interpreta outro cientista.

No discurso do tipo 2, do jornalista da mídia, essa mesma foto apresentada pelo pesquisador (figura 1), sofreria uma interpretação bastante diferente daquela produzida no interior do discurso da ciência, se estivesse inscrita no discurso jornalístico, ou ainda, seu sentido seria totalmente “opaco” ou ilegível. No discurso jornalístico, esse enquadramento próprio do discurso da ciência não faz sentido, sendo necessário um outro recorte, como por exemplo, uma criança num contexto social, no qual se evidencia a patologia.

Além disso, no discurso jornalístico, a foto serviria apenas como ilustração de uma reportagem, não tendo a forma de circulação que tem no discurso científico, porque o olhar que a mídia produz para o jornalístico está ancorado no efeito do social, produzindo o efeito-ciência do discurso da mídia, permitindo o deslizamento do discurso da ciência para o social, aparecendo como informação e dando credibilidade ao discurso da mídia.



Figura 1 – Primeiro recorte



Foto apresentada no Congresso de Medicina Laboratorial

Pode-se dizer então, que o jornalista/assessor trabalha no entremeio entre o discurso da ciência e o discurso jornalístico. Ao fazer esses deslocamentos de sentidos, o jornalista/assessor está transferindo conhecimento para o jornalista não especializado em ciência, de forma que esse possa compreender a ciência e sua terminologia, e assim, transferir esse conhecimento para o grande público, que é o leitor virtual do jornalista da mídia. Esse mesmo discurso do jornalista/assessor também é atravessado pelo discurso publicitário, através da forma como ele se organiza socialmente, como ele circula na “forma de elogio”, marcado através da espetacularização do acontecimento, enfatizando os benefícios das pesquisas, mas nunca mostrando os riscos e os equívocos dessas pesquisas. Esta característica está presente no discurso jornalista/assessor e não em outros discursos. Embora pertençam a uma mesma Formação Discursiva, o jornalista/assessor ocupa uma posição discursiva extrema, porque não deixa de pertencer a FD do jornalismo, mas traz as marcas dos outros discursos. Por isso, dizemos que ele é atravessado pela heterogeneidade discursiva, que não é a constitutiva e nem a enunciativa, porque o sujeito-jornalista conta com ela para fazer sentido, conforme o exemplo que se segue.

Figura 2– Segundo recorte

(1) O tipo de tumor mais comum é o carcinoma epidermóide – uma doença não tem cura, nem sintomas. O único desconforto é a dificuldade de engolir. (2) Quase sempre, quando o paciente resolve procurar ajuda, já é tarde demais. Rapidamente o câncer se espalha para o pulmão e a artéria aorta. A única alternativa é a cirurgia, que dura de 9 a 15 horas. O esôfago é retirado, e o estômago, ligado à garganta. (3) “A operação é cara, demorada, envolve muitos médicos e é ineficiente”, afirma Luís Ribeiro Pinto. (4) Ele conta que grande parte morre em consequência da cirurgia, considerada agressiva pelos médicos. Em geral, os portadores morrem no máximo dois anos depois do tumor ser detectado.

Texto jornalista/assessor de imprensa

Figura 3 – Terceiro recorte

Segundo o coordenador do Laboratório de Toxologia e Biologia Molecular da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), Luís Felipe Ribeiro Pinto,⁽²⁾ o câncer de esôfago apresenta uma alta taxa de mortalidade e quase todos os doentes morrem cerca de dois anos após o diagnóstico.⁽³⁾ Como trata-se de uma doença assintomática, quase sempre o diagnóstico é tardio.⁽⁴⁾ Geralmente, o paciente só procura o médico quando não consegue mais engolir nada. Além disso, trata-se de um tipo de câncer extremamente agressivo, que produz metástases rapidamente, em especial, no pulmão e na artéria aorta”, explica.⁽⁵⁾ Nesse estágio, o paciente é operado para, pelo menos, desobstruir a garganta, fazendo com que ele volte a conseguir engolir. “Trata-se de uma operação muito delicada, que envolve vários profissionais e demora, no mínimo nove horas. Retira-se o esôfago e o estômago é ligado a garganta.

Texto Jornalista de mídia

A diferença, nos dois textos, está marcada na forma de apresentação no dizer do pesquisador. Pode-se observar que, ao escrever o texto, o jornalista da mídia modifica algumas informações, marcando o dizer do pesquisador diferente do jornalista/assessor, atribuindo outros dizeres para o cientista. O jornalista da mídia não tem a preocupação de reproduzir fielmente as informações obtidas com o jornalista/assessor, produzindo assim um outro dizer, mas atribuindo esse dizer ao pesquisador para legitimar as informações. Esta prática é comum no discurso jornalístico, onde o sujeito-jornalista toma como sua a autoria do texto, e atribui um certo dizer ao pesquisador, baseado na legitimação que esse dizer proporciona para o discurso jornalístico, ou seja, o jornalista da



mídia é quem determina em seu texto o dizer do pesquisador, marcado através das aspas, e assim ressaltando o dizer da ciência em seu texto.

Portanto, pode-se dizer, conclusivamente sobre a especificidade do discurso do jornalista/assessor, que este sujeito é homogêneo em se tratando de terminologia e que a utiliza alternando a terminologia e a perspectiva social, como forma de conseguir se fazer entender tanto pelo seu leitor virtual como pelo público, ou seja, essa homogeneidade é efeito de sentido de unidade, de estabilidade. Esse mesmo discurso é marcado pela heterogeneidade do discurso da ciência, mostrado a partir da análise. Este traço está marcado no seu texto através das terminologias e nomenclaturas. Esse discurso traz também as marcas de dois outros discursos, o publicitário e o da mídia, pois é atravessado pelos dizeres dos dois, mobilizando sentidos que determinam o seu leitor virtual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando se fala em ciência, nem sempre as relações entre o jornalista/assessor de imprensa e o jornalista de mídia é satisfatória, porque o sujeito-jornalista de redação não compreende a ciência e, a urgência do jornalismo, desta forma, não permite que haja um aprofundamento dos assuntos. Há uma necessidade do aqui e agora e, por conta disto, fica mais fácil “esquecer” a ciência em detrimento de outros assuntos.

Surge assim, o questionamento de como a ciência, o jornalista/assessor de imprensa e o jornalista da mídia se relacionam e como devem ser os dizeres de cada um desses sujeitos. É justamente através dos procedimentos da Análise do Discurso que pudemos buscar respostas a esses questionamentos, primeiramente, tentando identificar as condições de produção e a formação discursiva de cada sujeito pesquisado, o que nos permite entender o movimento de interpretação de cada um desses sujeitos. Como eles estão em FD diferentes, mas inter-relacionadas, elas produzem interpretações para públicos distintos. A ciência trabalha para ela própria. Os seus dizeres são reconhecidos através dos pré-construídos próprios dos discursos onde se encontram.

Já as FD dos jornalistas, tanto da redação como da assessoria de imprensa são determinadas pelas posições que ocupam, como divulgadores de ciência e como imprensa em geral e para quem eles escrevem o texto. No caso do jornalista/assessor, ele tem como leitor virtual outro jornalista, o de redação e, este último tem como leitor o público em geral, o leitor do jornal, o telespectador e, por isso, ancora seu dizer baseado no senso comum como forma de legitimar seu discurso.

Os três tipos de discursos aqui apresentados, produzem um efeito-autor de unicidade e coerência caracterizando um efeito de fechamento, de um fim provisório. Este efeito de sentido único é produzido pelo veículo de comunicação. Ao abrir o jornal, o leitor já tem uma expectativa do que vai encontrar, não em se tratando de conteúdo, mas de assunto que interessa efeito esse que provém do discurso jornalístico e não do discurso científico, justamente porque o leitor se reconhece, se identifica nesse dizer.

As análises mostram que é uma pseudunicidade, porque a unicidade não existe de fato, tanto que se identificam três processos discursivos diferentes. Nesse sentido, a questão da objetividade fica possível de ser questionada, porque não se trata de um único autor, pela própria condição de heterogeneidade do texto isto não seria possível.

**REFERÊNCIAS**

- AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. A encenação da comunicação no discurso de divulgação científica. In: _____. *Palavras Incertas*. As não coincidências do dizer. Campinas: Unicamp, 1998.
- BRANDÃO, Helena H.N. *Introdução à análise do discurso*. Campinas: Editora da Unicamp, 1994.
- GALLO, Solange M. L. Autoria: questão enunciativa ou discursiva. *Linguagem em Dis(curso)*. v.1. n.1. Tubarão: Editora Unisul, 2001.
- _____. Subsídios para uma análise do discurso de divulgação científica. *Revista ANPOLL*, 2004.
- _____. *Discurso da escrita e ensino*. Campinas: Editora da Unicamp, 1995.
- GUIMARÃES, Eduardo. O acontecimento para a grande mídia e a divulgação científica. In: _____. (org.). *Produção e circulação do conhecimento*. Campinas: Pontes; CNPq/ Pronex e Núcleo de Jornalismo Científico, 2001.
- _____. *Semântica do acontecimento*. Campinas: Pontes, 2002.
- KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz Arthur. *Assessoria de imprensa: teoria e prática*. Porto Alegre: Sagra, 1996.
- LUSTOSA, Elcias. *O texto da notícia*. Brasília: Editora UnB, 1996.
- MARIANI, Bethânia. *O PCB e a Imprensa: O comunismo imaginário, práticas discursivas da imprensa sobre o PCB (1922-1989)*. Campinas: Editora da Unicamp, 1998.
- MEDINA, Cremilda. *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo: Ed. Summus, 1988.
- ORLANDI, Eni P. *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 1999.
- _____. *Discurso e Leitura*. Campinas: Unicamp; São Paulo: Cortez, 2001.
- _____. *Divulgação científica e efeito leitor: uma política social urbana*. In: Eduardo Guimarães (org.). *Produção e circulação do conhecimento*. Campinas: Pontes; CNPq/ Pronex e Núcleo de Jornalismo Científico, 2001.
- _____. *Discurso e texto: as formulações e circulações dos sentidos*. Campinas: Pontes, 2001.
- _____. Colonização, globalização, tradução e autoria científica. In: _____. *Produção e circulação do conhecimento: política, ciência e divulgação*. Campinas: Pontes, 2003.
- PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Campinas: Editora da Unicamp, 1988.
- _____. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas: Pontes, 1990.

Recebido em 19 jun. 2012. Aprovado em 26 out. 2012.

Abstract: *This study aims to identify the discursive strategies of the prevailing popular science journalist on condition publicist, identifying how it works information, making a double movement of interpretation between the words of the scientists and the media. The subject of the discourse of disclosure in this position brings an important difference in relation to the discourse of science journalism since he works as a reference for the media journalist.*

Keywords: *Science. Media. Speech.*