



Para compreender a Comunicação Pública da Ciência: algumas leituras ¹

Mary Sandra Landim PINHEIRO ²

Karliane Sousa COELHO ³

Andreza Dantas ALBUQUERQUE ⁴

Cidoval Morais de SOUSA ⁵

Resumo

Este trabalho tem por objetivo mapear através da literatura cinco grandes tendências de estudo da divulgação científica. Essa pesquisa foi realizada tendo por base os estudos que vem sendo realizados nessa área. Buscamos ampliar os olhares sobre a Percepção Pública de Ciência e Tecnologia em prol do desenvolvimento, para isso estamos buscando compreender as tendências que abordam essa temática, para a partir daí compreendermos melhor as formas eficazes de divulgação científica.

Palavras-chave: Comunicação ; Desenvolvimento; Divulgação Científica

Primeiro grupo: mensuração

O primeiro deles está fortemente preocupado com a mensuração. Jornais, revistas, programas de rádio, programas de TV, portais na internet são vasculhados, esquadrihados na tentativa de se encontrar nesses meios sinais de ciência.

As mídias impressas ou eletrônicas são ainda as mais viáveis para divulgação da ciência, pois abrange variáveis níveis socioculturais, também podemos destacar a linguagem como sua aliada. "A divulgação científica surge da necessidade de transmitir para o público leigo a inovação e o conhecimento gerados pela ciência" (DINIZ, 2004,

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Intercom Júnior evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação com o Tema central: Mídia, Ecologia e Sociedade Natal – RN

² Estudante de Graduação 3º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: maryuepb@gmail.com

³ Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, bolsista de iniciação científica, email: karlianecoelhobp@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, , email: andreza.cjp@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: cidoval@gmail.com



p.72), com a linguagem simplificada da mídia a ciência é levada a pessoas com um mínimo de formação.

Diniz, 2004, evidência que os temas ligados a saúde sempre foram a "menina dos olhos" dos divulgadores científicos, talvez pela ação direta na sociedade ou falta de recursos pois fazer jornalismo especializado requer tempo, dinheiro e estrutura adequada. Com os avanços técnico-científico e econômicos no qual o Brasil se encaixa por estar em constante crescimento, os divulgadores científicos tem se mostrado mais diversificado Bueno, 2004, destaca a expansão da cobertura jornalística.

Uma observação mais acurada do jornalismo brasileiro contemporâneo indica mudanças importantes no perfil da cobertura de ciência e tecnologia, ocorre que, com a emergência das novas tecnologias, associadas à computação/informática, essa temática passou a ser fundamental na divulgação científica com a criação de páginas e cadernos específicos em praticamente todos os grandes veículos nacionais. (BUENO, 2004, p.17)

O cientista sabe da força que a mídia tem de expandir suas pesquisas, pois matérias que divulgam pesquisas e experimentos científicos podem gerar novos colaboradores e até admiradores, que seria o caso do reconhecimento à instituição pesquisadora e até dos próprios pesquisadores. Outro ponto benéfico da abrangência da mídia é a aproximação da ciência com a sociedade. "A divulgação científica feita através do jornalismo científico dá a essa atividade possibilidades maiores de legitimação social." (SOUZA. SILVEIRA, 2004, p.3)

Os jornalistas mais do que divulgadores científicos são educadores muitas das vezes são apenas por meio de suas matérias que pessoas tomam conhecimento da ciência e tecnologia, por isso a responsabilidades uma produção esclarecedora, funcionando como instrumento de formação social.

Segundo grupo: tensões

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Intercom Júnior evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação com o Tema central: Mídia, Ecologia e Sociedade Natal – RN

2. Estudante de Graduação 3º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: maryuepb@gmail.com

3. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, bolsista de iniciação científica, email: karlianecoelhobp@gmail.com

4. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, , email: andreza.cjp@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: cidoval@gmail.com



O segundo grupo concentra seus esforços no estudo das tensões entre cientistas e mídia. Busca-se, por exemplo, verificar fatores que contribuem para afastar ou aproximar os cientistas da mídia.

Estão em jogo interesses diversos (econômicos, políticos, ideológicos, sociais, etc) tanto na esfera da mídia, quanto na esfera da ciência. Uma e outra atividade se distinguem porque utilizam instrumentos diferentes ou “diferentes abordagens e formas diferentes de representação. Não é, portanto, acidental que especialmente entre ciência e mídia haja competição dura e até mesmo conflito sobre adequação de imagens” (Sousa *apud* HEBERLÊ e SAPPER, 2005, p. 9)

Existem diversos motivos para esse desencaixe entre o campo científico e o campo jornalístico um deles é a temporalidade é comum que pesquisas dure anos até décadas, pois a lógica das pesquisas científicas é centrada na observação. Já a mídia trabalha com a instantaneidade.

A ciência trabalha com desenvolvimentos de médio e longo prazo. Projetos de uma década são comuns, dependendo da área do conhecimento. Embora as agências de financiamento façam pressão cada vez mais intensa para que os projetos apresentem resultados mais proximamente. A própria lógica da maturação que regula a observação em áreas como a biologia animal e vegetal, por exemplo, impõe uma temporalidade própria, da natureza. Não se pode dizer o mesmo dos procedimentos midiáticos. A instantaneidade, a ousadia de dizer antes, se possível antecipando-se aos fatos, é da lógica deste campo. (HEBERLÊ e SAPPER, 2005,p.2)

Para Tucherman e Ribeiro (2006), a ciência é refletida como um espaço onde o segredo, a reflexão e as experiências são seus modeladores, já a mídia é o local da espetacularização e indiscrição, onde a calma e a reflexão são desconhecidas, sendo assim inevitáveis os conflitos. Um dos conflitos mais evidentes é que a ciência ainda é vista de forma mistificada o que aproxima a ciência das epopéias da ficção-científica. “A atividade científica é glamourizada e enfeitada, os cientistas são grandes gênios que fazem coisas incríveis para todos nós”. (SCHWATZMAN, *apud* TUCHERMAN e RIBEIRO, 2006,p.4).

Grandes são as críticas por parte dos cientistas aos jornalistas sobre seu poder de

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Intercom Júnior evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação com o Tema central: Mídia, Ecologia e Sociedade Natal – RN

2. Estudante de Graduação 3º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: maryuepb@gmail.com

3. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, bolsista de iniciação científica, email: karlianecoelhobp@gmail.com

4. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, , email: andreza.cjp@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: cidoval@gmail.com



síntese que busca apresentar ao leitor o “para quer serve”, ou seja, prioriza apenas o caráter utilitário das pesquisas causando muitas vezes erros nas informações que são levadas a público.

Jornalistas e cientistas credita essa deficiência a causas diferentes. Entretanto o despreparo dos profissionais que cobrem ciência e a falta de espaço na mídia são os argumentos mais citados para a veiculação de matérias superficiais ou ininteligíveis. (CALDAS,2003,p.51)

A mídia delimita para o cidadão o que é e o que não é ciência, e afirma atender às necessidades deste de compreender como, quando e porque os avanços científicos afetam o seu dia a dia. Já os cientistas tentam controlar os poderes da mídia.

A ciência procura exercer o seu poder sobre a mídia, tentando controlar, impor os limites do dizer científico, para que nenhum enunciado, escrito pelo jornalista, produza um sentido indesejado, que escape da verdade e do saber objetivo. A mídia, por sua vez, resiste a esse poder, também impondo a sua verdade, a sua interpretação sobre os fatos científicos, para que as matérias, publicadas pelas revistas, atinjam seu público-alvo.(GRIGOLETTO,2004,p.5)

Vendo que “é improvável que o campo científico seja imune às tensões na modernidade, ao cruzar-se com o campo midiático. Genericamente, o campo científico não funciona isoladamente e tampouco constitui um mundo à parte na sociedade.” (HEBERLÊ e SAPPER, 2005,p 6). A junção dos atores viabiliza o processo de construção de um aprendizado da ciência.

Os congressos científicos também têm reunido jornalistas, cientistas e educadores para refletir sobre a divulgação científica e discutir estratégias comuns de popularização do conhecimento científico e tecnológico. Alguns exemplos são os encontros regionais, nacionais e internacionais promovidos pela Associação Brasileira de Jornalismo Científico (ABJC) e pela Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), além de universidades, institutos e fundações como a Fiocruz e agências de fomento à pesquisa como a Fapesp, Faperj, Fapemig, entre outras. (CALDAS,2003 pp.42-43)

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Intercom Júnior evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação com o Tema central: Mídia, Ecologia e Sociedade Natal – RN

2. Estudante de Graduação 3º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: maryuepb@gmail.com

3. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, bolsista de iniciação científica, email: karlianecoelhobp@gmail.com

4. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, , email: andreza.cjp@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: cidoval@gmail.com



Além dos interesses profissionais de cientistas e jornalistas há um ator mais importante nesse processo, o público, que necessita de informações apuradas e que realmente cumpram com o seu papel de construtoras de um saber científico.

A relação jornalistas e cientistas deve ser compreendida como uma junção de forças, tendo em vista a responsabilidade que carregam como instrumentos de popularização do conhecimento científico “a cobertura e repercussão midiáticas têm relação direta com a adoção de política científicas e com a percepção pública da ciência” (CARVALHO,2007,p.2).

Um exemplo dessa união deu-se em uma experiência realizada pela professora Graça Caldas, durante a Oficina de Jornalismo Científico da turma do curso de Jornalismo Científico do Labjor –Unicamp, ministrada no terceiro semestre de atividades em 2002, onde jornalistas e cientistas trabalharam em conjunto na produção da revista Idade Ativa, onde temáticas referentes a terceira idade foram abordadas. Através da parceria, ambos os profissionais, puderam perceber a importância de:

Conhecer a rotina do trabalho jornalístico e dividir experiências com quem vive a ciência no dia-a-dia. Esta vivência, considerada enriquecedora por todos os envolvidos, foi o que mais marcou os depoimentos dos alunos que participaram da elaboração da revista Idade Ativa. Cientistas experimentaram o trabalho de seguir uma pauta, pesquisar temas e fontes dentro de prazos determinados, mais curtos, e jornalistas tiveram que se preocupar com o aprofundamento de informações científicas.(CALDAS,2003,pp.51-52).

Fica então o aprendizado de que o dialogo ainda é a melhor receita para as permanentes negociações entre o campo da ciência e da mídia em busca do entendimento para uma melhor qualidade da divulgação científica.

Terceiro grupo: Conteúdo / Discurso

Já o terceiro grupo esforça-se para analisar os conteúdos e/ou a discursividade midiática sobre ciência.

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Intercom Júnior evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação com o Tema central: Mídia, Ecologia e Sociedade Natal – RN

2. Estudante de Graduação 3º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: maryuepb@gmail.com

3. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, bolsista de iniciação científica, email: karlianecoelhobp@gmail.com

4. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, , email: andreza.cjp@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: cidoval@gmail.com



O sujeito do discurso de Divulgação Científica, por exemplo, ao ocupar o lugar de jornalista, está submetido a outras ordens disciplinares (o dizer da ciência, da mídia e do leitor). Logo, ele não é totalmente livre para dizer "o que bem entende". Mas esses lugares, ocupados pelos sujeitos do discurso, são móveis, pois a rede está sempre se rompendo, aqui e ali, de modo que o ponto que cada um ocupa está sempre sujeito a variações, as quais não estão, no entanto, destituídas das determinações das relações de poder(GRIGOLETTO, 2004,p.3)

A mídia e a ciência ocupam papéis distintos na construção desse discurso, afirma Grigoletto, pois ambas estão defendendo interesses próprios de sua área, a ciência impondo os limites do dizer científico, enquanto a mídia resiste a esse poder, também impondo a sua verdade, a sua interpretação sobre os fatos científicos, para que as matérias, publicadas pelas revistas, atinjam o público-alvo.

Em um de seus artigos, Gomes aponta uma semelhança entre os jornalistas e cientistas nos textos de divulgação científica, autores pesquisadores e autores jornalistas citam especialistas, com uma diferença essencial: os autores pesquisadores, como estratégia para desenvolver seus próprios argumentos; os autores jornalistas, como argumento de autoridade. A utilização desse recurso revela que o jornalista reconhece no especialista a competência para legitimar grande parte das informações presentes nas MDC.(Matérias de Divulgação Científica).

O jornalismo científico é um novo discurso construído a partir de uma vivência, uma perspectiva crítica e por isso, não se resume a uma mera tradução. Se isso acontece com muita frequência é porque o jornalismo tem se omitido em seu papel e tem delegado a outrem uma tarefa que deveria ser sua. (BUENO apud SCHENEIDER, 2005: 2).

O trabalho de divulgação científica deve ser compreendido como:

Transmissão de um discurso existente em função de um novo receptor, a Divulgação Científica dá-se então, imediatamente, como uma prática de reformulação de um discurso-fonte em um discurso segundo. Por isso, a D.C inscreve-se em um conjunto que compreende tradução, resumo, resenha e,

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Intercom Júnior evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação com o Tema central: Mídia, Ecologia e Sociedade Natal – RN

2. Estudante de Graduação 3º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: maryuepb@gmail.com

3. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, bolsista de iniciação científica, email: karlianecoelhobp@gmail.com

4. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, , email: andreza.cjp@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: cidoval@gmail.com



também, textos pedagógicos adaptados a este ou àquele nível, análises políticas reformuladas “na direção de” tal ou tal grupo social, mensagens publicitárias reescritas em função do “alvo” visado.(AUTTHIER-REVUZ, 1998,p.108)

Segundo Migliaccio, *o jornalista deve ter espírito científico* (grifo nosso) que não é a genialidade descobridora senão a aptidão de pensar cientificamente, amor a verdade, consciência e império da vontade sobre o juízo, preservado de qualquer influência estranha a razão.

No caso do discurso de Divulgação Científica, a mídia e a ciência, enquanto lugares institucionais legitimados socialmente, entram em cena para administrar as regras, isto é, para controlar o que da exterioridade deve ser dito nesse discurso. É preciso que a prática discursiva da Divulgação Científica mantenha os efeitos de verdade difundidos tanto pela ciência quanto pela mídia. Por isso, o jornalista científico, ao produzir esse discurso, está duplamente afetado: pelo poder/pela verdade da ciência e pelo poder/pela verdade da mídia. (GRIGOLETTO, 2004,p.3)

Ainda Grigoletto reflete que no discurso de D.C, devemos considerar, “que as imagens, tanto do jornalista quanto do cientista e do leitor, já estão dadas, isto é, já foram construídas a partir do lugar social que cada um dos sujeitos envolvidos na constituição desse discurso ocupa”.

Para Rabelo (2003) há outros mecanismos de divulgação científica, além do jornalismo, são os museus denominados de “casas da ciência” e a educação formal que tem um papel importante tanto para estudantes como para a população em geral.

Quarto grupo: História

O quarto grupo trabalha as dimensões histórica, não deixando de lado elementos como mensuração, análise de conteúdo e/ou discurso e tensões.

O Jornalismo Científico traz em sua concepção uma proposta militante como menciona BUENO (2004),pois a divulgação científica deve estar assentada no debate

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Intercom Júnior evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação com o Tema central: Mídia, Ecologia e Sociedade Natal – RN

2. Estudante de Graduação 3º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: maryuepb@gmail.com

3. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, bolsista de iniciação científica, email: karlianecoelhobp@gmail.com

4. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, , email: andreza.cjp@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: cidoval@gmail.com



com todos os segmentos e não elitizar as discussões com fontes especializadas, o cidadão é o protagonista dessa construção. Ao mesmo tempo o jornalista deve ter consciência de que:

“A ciência e a tecnologia, em sua interface com a sociedade e a história (e, portanto, com os grupos políticos e econômicos e, recentemente, com os poderosos patrocinadores), não são isentas. O talento humano, numa sociedade capitalista e, para cientistas e jornalistas científicos, é cada vez mais urgente armar-se para este embate. A divulgação científica séria, comprometida, não pode ignorar esta realidade, sob pena de não se constituir em sua instância verdadeiramente política, como toda prática e todo discurso devem ser.” (BUENO,2004,p.57)

O jornalista deve compreender que não é um mero tradutor da informação para o público e para isso precisa entender que a “mediação exercida pelo veículo em que trabalha, o contexto histórico em sua dimensão cultural, política e econômica” como ressalta Caldas (2004) são decisivos no processo de construção da informação.

Como coloca Caldas (2004), o jornalista deve assumir o seu papel de sujeito, de historiador do cotidiano, para que os historiadores do presente e do futuro possam analisar e interpretar a realidade a partir do contexto dos fatos e não da realidade construída pela mídia.

Já Rabelo (2003), fala de um grande sistema de comunicação, onde a natureza, os cientistas, os divulgadores e a sociedade através de suas relações definem as características de produção científica e desenvolvimento tecnológico de determinado momento histórico.

Em um de seus artigos José Marques de Melo faz a trajetória acadêmica do Jornalismo Científico no Brasil, desde a figura de Hipólito da Costa às novas tendências do século XX com o mutirão da “alfabetização científica”, como uma proposta de utilizar o patrimônio trazido pela ciência e tecnologia para viabilizar o progresso, devemos dessa forma nos colocarmos como agentes construtores dessa história e auxiliar nesse processo.

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Intercom Júnior evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação com o Tema central: Mídia, Ecologia e Sociedade Natal – RN

2. Estudante de Graduação 3º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: maryuepb@gmail.com

3. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, bolsista de iniciação científica, email: karlianecoelhobp@gmail.com

4. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, , email: andreza.cjp@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: cidoval@gmail.com



Quinto grupo: relações CTS

Por fim, o quinto grupo tem como foco as dimensões políticas, econômicas, sociais e culturais da divulgação científica. Coloca-se em questão o caráter interessado da produção, do financiamento e da própria divulgação dos resultados. Discute-se o papel de governos, cientistas, agentes financeiros e do público de um modo geral, quase sempre alijado de qualquer processo decisório, seja sobre o que pesquisar, seja sobre o que financiar, seja sobre o que divulgar e como.

O problema da ausência de uma cultura científica faz com que as pessoas continuem vítimas de exploração em função da crença popular, o desenvolvimento de uma cultura científica começa pelo ensino crítico de ciências nas escolas, visitas mais freqüente aos museus e uma produção mais crítica da mídia em geral, pois “a dificuldade da real alfabetização científica permanecerá enquanto os jornalistas continuarem apenas traduzindo o discurso dos cientistas, economistas, políticos, de suas fontes em geral”. (CALDAS, 2004.p.77)

Discussões sobre a política científica nacional, não pode ficar restrita apenas a fóruns acadêmicos, governamentais, ou veículos especializados. O jornalismo científico deve difundir o debate sobre a política científica na mídia, pois normalmente são os próprios cientistas que escrevem sobre a política científica nacional, principalmente quando ferem seus interesses com relação a cortes de financiamentos de pesquisas. Não se evidencia uma preocupação sobre quais os critérios que estão sendo utilizados para se financiar as pesquisas, quais os resultados das pesquisas, distribuição geográfica e a sua relevância social.

É preciso abrir um amplo debate nacional como ocorre em outras áreas para que a opinião pública possa examinar e entender, em que medida os cientistas devem ser ou não os únicos a decidir sobre a política científica do país, principalmente em temas polêmicos como transgênicos, clonagem, energia nuclear, cujos riscos afetam diretamente a vida das pessoas. (CALDAS, 2004.p.70)

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Intercom Júnior evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação com o Tema central: Mídia, Ecologia e Sociedade Natal – RN

2. Estudante de Graduação 3º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: maryuepb@gmail.com

3. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, bolsista de iniciação científica, email: karlianecoelhobp@gmail.com

4. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, , email: andreza.cjp@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: cidoval@gmail.com



Bueno (2004) faz um alerta para o que se divulga com relação à ciência e tecnologia, pois para ele os processos de divulgação são sempre movidos por interesses. Entender esse fato leva o cidadão a uma postura de alerta, passando assim a enxergar além da notícia. “A democratização da informação é, essencialmente, uma utopia, porque o controle dos meios obrigatoriamente define interesses e compromissos, sejam eles políticos, ideológicos, econômico, comerciais ou religiosos.” (BUENO, 2004, p.43) Como a divulgação científica faz parte da pauta dos grandes veículos de comunicação certamente não está alheio a este jogo de interesse.

Tudo tem um preço no universo da tecnologia, seria ingênuo de nossa parte pensar que os empresários do mundo capitalista ao qual estamos inseridos, que manipula as bolsas de valores, que criam barreiras nas vendas de remédios genéricos, se transformem em bondosos financiadores de pesquisas, o que move os grandes patrocinadores de pesquisa é o lucro. “A enumeração de abusos por parte de empresas patrocinadoras de pesquisa seria fastidiosa por ser interminável”. (BUENO, 2004, p.47)

Rabelo (2003) fala de um grande sistema de comunicação, onde a natureza, os cientistas, os divulgadores e a sociedade através de suas relações definem as características de produção científica e desenvolvimento tecnológico de determinado momento histórico. Na sociedade contemporânea surgem novos atores nos processos construtores de C e T, onde figuram parlamentares, instituições financiadoras ou gestoras, assim como empresas privadas. Outras louváveis ações são a de institutos e fundações de fomento a pesquisa como Fapesq, Faperj entre outras que discutem estratégias de conhecimento e popularização do conhecimento científico diminuindo assim a idéia de que a tecnologia não é para todos.

REFERÊNCIAS:

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Intercom Júnior evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação com o Tema central: Mídia, Ecologia e Sociedade Natal – RN

2. Estudante de Graduação 3º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: maryuepb@gmail.com

3. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, bolsista de iniciação científica, email: karlianecoelhobp@gmail.com

4. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, , email: andreza.cjp@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: cidoval@gmail.com



AUTTHIER-REVUZ, J. A Encenação da Comunicação no Discurso de Divulgação Científica. In: Palavras Incertas: as não-coincidências do dizer. Campinas: UNICAMP, 1998.

BUENO, W.C. Jornalismo Científico, Ciência e Cidadania.. In: Comunicação Ciência e Sociedade: Diálogos de Fronteira /Org. Cidoval Morais de Sousa. Taubaté-SP: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2004.

_____. Jornalismo Científico: resgate de uma trajetória. Comunicação da ciência análise e gestão/ org. Augusto Diniz. - Taubaté-SP: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2004.

CALDAS, G. Jornalistas e Cientistas: A construção coletiva do conhecimento. Disponível

em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/cs_umesp/article/viewfile/162/121>
Acesso em: 20/04/2008

_____. O Poder da Divulgação Científica na Formação da Opinião Pública. In: Comunicação Ciência e Sociedade: Diálogos de Fronteira /Org. Cidoval Morais de Sousa. Taubaté-SP: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2004.

DINIZ, A. Entre a mídia e a ciência: perspectiva de diálogo. In: Comunicação da Ciência Análise e Gestão/ org. Augusto Diniz. - Taubaté-SP: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2004

GOMES, I. O discurso do outro na divulgação científica Disponível em: <<http://www.unicap.br/gtpsmid/artigos/isaltina.pdf>> Acesso em: 20/04/2008.

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Intercom Júnior evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação com o Tema central: Mídia, Ecologia e Sociedade Natal – RN

² Estudante de Graduação 3º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: maryuepb@gmail.com

³ Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, bolsista de iniciação científica, email: karlianecoelhobp@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, , email: andreza.cjp@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: cidoval@gmail.com



GRIGOLETTO, E. As relações de poder da mídia e a constituição da identidade do sujeito-jornalista no discurso de Divulgação Científica. Disponível em: <http://www.discurso.ufrgs.br/article.php3?id_article=12> Acesso em: 03/04/2008.

HERBELÊ, A.L.O. e SAPPER, S. M. Identidades e diferenças entre ciência e mídia. Disponível em: <<http://WWW.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1801-1.pdf>> Acesso em: 16/04/2008

MIGLIACCIO, M.I.O. Desafio Constante do Jornalismo Científico – Tarefa de Poucos para Muitos. Disponível em: <<http://www.hottopos.com/videtur4/ines.htm>>. Acesso em: 15/12/2007.

RABELO, D.C. Aspectos Comunicacionais da C&T: Novas e Velhas Questões. XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação. Belo Horizonte/MG. 2002.

SCHEINDER, D. Jornalismo Científico On-Line: prática e missão. Revista Digital Ciência & Comunicação, Volume 2, Número 2, Julho de 2005.

SOUSA, C. M. e SILVEIRA, T. S. Ciência e Tecnologia na Mídia Impressa Paulista. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação – Campo Grande /MS – setembro 2001 Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/4821/1/NP9SOUSA.pdf>> acessado em: 18/04/2008.

TURCHERMAN, I. e RIBEIRO, M.S. Ciência e Mídia: Negociações e tensões. Disponível em <www.cienciaviva.org.br/arquivo/cdebate/artigos/ciencia_e_midia.pdf> Acesso em: 20/04/2008.

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Intercom Júnior evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação com o Tema central: Mídia, Ecologia e Sociedade Natal – RN

2. Estudante de Graduação 3º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: maryuepb@gmail.com

3. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, bolsista de iniciação científica, email: karlianecoelhobp@gmail.com

4. Estudante de Graduação 4º ano do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, , email: andreza.cjp@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: cidoval@gmail.com