



O fazer jornalístico e a divulgação da ciência e tecnologia¹

Ulysses do Nascimento Varela²
Denize Piccolotto Carvalho Levy³
Universidade Federal do Amazonas

RESUMO

Este artigo trata sobre a comunicação nos dias de hoje, aborda como o indivíduo lida com a quantidade de informações disponíveis nas diversas áreas e veículos. Essa quantidade faz com que os responsáveis por estas informações tenham que se desdobrar no momento da elaboração de mensagens para poder atingir aos públicos pretendidos. Nesta prática, não só a escolha das palavras, mas o dado enfoque do texto pelo veículo e, principalmente do que se pretende dizer fica, algumas vezes, restrito ao responsável pela elaboração do texto ou mensagens jornalísticas. Para execução deste trabalho é essencial um amplo conhecimento, dificilmente adquirido apenas nos bancos das faculdades de jornalismo. No campo do jornalismo científico, apesar das inúmeras investidas para melhorar a qualidade deste tipo de informação, disponibilizada geralmente pelos veículos de comunicação, ainda é possível perceber situações em que é evidente a dificuldade da divulgação científica, seja por confusões de conceitos ou conteúdos repassados por pesquisadores, pelo mau processamento das informações ou por desconhecimento dos cuidados que essa especialidade do jornalismo (científico) necessita.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Divulgação; Ciência.

SUMMARY

This article treats nowadays on the communication, approaches as the individual it of the one with the amount of available information in the diverse areas and vehicles. This amount makes with that the responsible ones for this information have that to unfold itself at the moment of the elaboration of messages to be able to reach to the intended public. In this practical, not only the choice of the words, but the choice of the approach of the text, the vehicle and, mainly of what it is intended to say are, sometimes, restricted to responsible for the elaboration of the text or the journalistic messages. For this work an ample knowledge is essential, hardly acquired only in the banks of the journalism faculties. In the field of the scientific journalism, although the innumerable onslaughts to generally improve the quality of this type of information, available for the communication vehicles, still are possible to perceive situations that make it difficulty scientific spreading, either for confusions of concepts or contents repassed for researchers, the bad processing of the information or for unfamiliarity of the cares with this specialty of the journalism (scientific) needs.

Key Words: *Journalis; Spreading; Sscience.*

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 27 a 29 de maio de 2010.

² Aluno regular do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Federal do Amazonas (UFAM);

³ Doutora em Educação pela Universitat de les Illes Balears, professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UFAM.



INTRODUÇÃO

O presente trabalho aborda o fazer jornalístico, tendo como área específica a divulgação da Ciência e Tecnologia. Busca trazer informações sobre a importância deste segmento e a correta divulgação científica à população utilizando como recursos os meios disponíveis atualmente como jornais, televisão, rádio, internet, entre outros.

O “fazer”, compreende o trabalho jornalístico aplicado no processo produtivo do texto desde a seleção, construção e disponibilização das informações, de forma que os objetivos sejam alcançados e que a sociedade seja de fato informada, e assim, atingido o objetivo maior que é a popularização da Ciência.

De início, para a abordagem do tema proposto neste artigo, faz-se necessário entendermos o significado da palavra “informação” aplicada ao jornalismo brasileiro e a abordagem a qual iremos nos referir.

Para isto apresentamos o conceito de informação descrito no Manual de Redação e Estilo O Estado de São Paulo, que trata o termo informar como:

Significados: 1 - Informar alguém: O jornal existe para informar os leitores. / Nós os informamos. 2 - Informar de alguma coisa, 3 - Informar alguém de ou sobre alguma coisa, 4 - Informar alguma coisa a alguém, 5 - Informar, apenas (intransitivo): Bem ou mal, todo jornal informa, 6 - Informar-se de ou sobre alguma coisa. (MARTINS, 1997, p.42).

A partir deste esclarecimento é fácil percebermos que direta ou indiretamente, “bem ou mal”, como citado acima, todo veículo de comunicação, seja ele impresso, televisivo, radiofônico ou eletrônico, informa seu público de alguma forma, pois entendemos que nesse processo a comunicação exerce a sua função básica que é comunicar.

É justamente devido a este processo aliado a qualidade, forma e o conteúdo da mensagem, que direcionamos nossa preocupação com a divulgação científica. Assim como em diversas áreas do conhecimento faz-se necessário constantes estudos relacionados as notícias de Ciência e Tecnologia (C&T) para que possamos compreender como estas são recebidas e absorvidas pelos diversos públicos.

Sabemos que, o conteúdo das mensagens, direta ou indiretamente, influencia de alguma forma, no comportamento e/ou opinião das pessoas. Se por um lado os veículos de comunicação educam, informam e formam opiniões, é importante que, após a



publicação das notícias tente-se identificar o grau de interesse e absorção destas notícias.

O CERNE DA COMUNICAÇÃO

Estudar o nível de comprometimento dos veículos de comunicação é essencial, pois sabemos que nesse processo, em alguns casos, é possível transformar a vida e até o comportamento das pessoas.

Tais transformações são percebidas pela indústria cultural conforme evidenciado pelos pensadores da Escola de Frankfurt como Theodor Adorno, Herbert Marcuse, Max Horkheimer e Walter Benjamin, tidos como referências para se refletir sobre o poder e a influência dos meios de comunicação nas sociedades.

De modo geral, apesar de todo o conhecimento já adquirido pelos homens, é constante a busca por subsídios a fim de esclarecer até que ponto um fato científico pode informar e despertar o interesse no público.

Isso nos remete a questões como: de que forma os veículos executam e reconhecem essa prática? De que forma o telespectador, por exemplo, numa determinada localidade assimila dados imperceptíveis embutidos na notícia? Em que momento a notícia torna-se interessante e pode intervir no comportamento desse telespectador? Ou qual o grau de formação de quem elabora essas informações sobre C&T?

Apesar destas indagações a divulgação de C&T exerce papel fundamental na vida de cada cidadão, isso porque ela é responsável, pela tomada de decisões, atitudes, e principalmente, a formação de opinião. É fácil percebermos isto quando vemos as discussões sobre a questão da utilização de células tronco de embriões, em tratamento de doenças. Isto é certo ou errado?

Seja qual for a resposta, conhecer o processo que envolve essa comunicação e a sua relação com determinado público é primordial para o conhecimento da inter-relação entre emissor, mensagem e receptor, que pode se dar em diferentes níveis e profundidades em cada região do País e para cada público.

De modo geral, a cidade de Manaus é considerada uma cidade geograficamente distante dos grandes centros urbanos do país, logo ela acaba ficando de fora de estudos e pesquisas na área de comunicação em níveis mais profundos.



Mas este é um fato que começa a mudar com a implantação do primeiro Programa do Mestrado em Ciências da Comunicação da Universidade Federal do Amazonas (Ufam) na região norte.

Esta questão é tratada por Serva (2001) quando aborda, entre outros assuntos, três conceitos: omissão, sonegação e submissão da informação, relacionados à desinformação. Segundo ele:

Os três conceitos devem ser entendidos como diferentes níveis e razões que determinam lacunas de informação em coberturas jornalísticas ou lacunas de compreensão no consumidor de informação. (SERVA, p. 43, 2001).

Logo, devemos entender o termo desinformação como um fenômeno definido pelo fato de que as pessoas consomem informação através de um ou mais meios de comunicação, mas não conseguem compor com as mencionadas informações uma compreensão do mundo ou dos fatos narrados nas notícias que consomem. Se, conforme o autor, isso ocorre, é certo acreditarmos que, alguma reação negativa esse indivíduo terá em decorrência dessa desinformação.

Durante um debate realizado sobre o papel da imprensa e a epidemia de Dengue no Rio de Janeiro em 2002, pela TV Cultura, em sistema de videoconferência entre as emissoras de São Paulo, Rio de Janeiro e Distrito Federal, intermediado pelos jornalistas Alberto Dines e Lúcia Abreu; o então presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Científico (ABJC), Ulisses Capozoli ressaltou que o jornalismo imperativo exige ao menos duas condições básicas: uma formação cultural mais ampla e sólida por parte dos jornalistas e uma nova relação de trabalho no interior das redações.

Com o jornalismo interpretativo a tendência é os chefes de reportagens, pauteiros e editores se tornarem obsoletos, ao menos quanto a função que desempenham. O obsoletismo de pauteiros e editores nos moldes em que sobrevivem, é apenas uma parte, ainda não muito visível, das mudanças trazidas pela tecnologia nas comunicações sociais. (CAPOZOLI, 2001).

Num primeiro momento esta afirmação pode não ter muito significado, mas no fundo, mostra o quanto os veículos de comunicação estão evoluindo e promovendo verdadeiras revoluções nas empresas de comunicação também refletidas pelo comportamento da sociedade contemporânea.



Bazi (2001) chama a atenção para uma preocupação dos empresários, comunicadores e executivos com o futuro da televisão aberta, depois da TV paga no país, segundo ele a regionalização da programação da televisão é o principal fator de sobrevivência das emissoras do país.

Chaparro (2004), *in* Observatório da Imprensa, compactua do mesmo pensamento dos outros autores quando afirma que a dinâmica atual do telejornal apresenta dois sentidos: a globalização via grandes redes internacionais e a regionalização, com espaço para as emissoras e programações locais

Estes pontos de vista nos reportam às mudanças que já estão acontecendo e que nitidamente afetam os consumidores de informações.

Acreditamos que muitas pessoas hoje são influenciadas pela mídia, e que alterações dos fatores sociais, psicológicos e morais são a reprodução dos atos e fatos mostrados, por exemplo, em telejornais, após uma certa super exposição de fatos.

Segundo Chaparro (2004) a tristeza que sente quando lê textos de repórteres ou percebe decisões de editores que reduzem os relatos jornalísticos científicos a insignificantes atas administrativas, reproduzindo discursos burocráticos, ou construindo-os.

Ainda como nos coloca o autor:

São profissionais que, talvez mais por preguiça do que por despreparo, não buscam as contradições e oposições, ou até as complementaridades que dão relevância aos problemas da atualidade. E porque não buscam a essência dos conteúdos, não a enxergam. Empobrecem o seu trabalho e o conceito de atualidade, que dá sentido e importância à profissão.

Apesar dos avanços tecnológicos e da chegada da internet, o que por si só já promoveu uma verdadeira revolução no comportamento da sociedade, os veículos de comunicação, de modo geral, continuam sendo subutilizados. Em virtude da crescente necessidade de se manter informada, a sociedade conta com uma grande quantidade de informativos diários, sejam eles impressos, radiofônicos, televisivos ou por mídias digitais.



JORNALISMO E CIÊNCIA

José Reis, que foi um dos mais importantes divulgadores da ciência em nosso País e pesquisador emérito, durante mais de 50 anos, contribuindo para a divulgação da ciência e da tecnologia, idealizando e dirigindo periódicos científicos e de popularização da ciência acreditava que, cabe ao jornalismo científico a fundamental missão de avaliar o impacto social e político das descobertas científicas e lutar para que de suas eventuais aplicações só se aproveitem aquelas que contribuam para o bem da humanidade e a preservação do equilíbrio da natureza.

Apesar de bem colocado, na prática isso vai depender de alguns cuidados por parte de quem trabalha com o jornalismo científico.

Entre estes cuidados estão a compreensão de alguns conceitos fundamentais, por parte de quem trabalha na construção da notícia como: Difusão científica e divulgação científica, descritos por Wilson Bueno (2008).

De início é preciso que fique claro que divulgação científica e jornalismo científico não são a mesma coisa, embora muito próximos. Ambos se destinam ao chamado público leigo, com a intenção de democratizar as informações (pesquisas, inovações, conceitos de ciência e tecnologia), mas a primeira não é jornalismo.

É o caso, tanto dos fascículos como de uma série de palestras que traduz em linguagem adequada a ciência e a tecnologia para o cidadão comum. Assim como os fascículos, palestra não se enquadra dentre os gêneros do Jornalismo. Mais uma coisa para guardar: o Jornalismo Científico é um caso particular de Divulgação Científica: é uma forma de divulgação endereçada ao público leigo, mas que obedece ao padrão de produção jornalística.

Existe ainda a Disseminação científica, que neste caso compreende a difusão de informações para especialistas (intrapares e extrapares), normalmente com linguagem mais direcionada a este público.

Aprofundando um pouco mais as definições de Bueno, Orlandi (2001) faz algumas distinções entre as propriedades dos discursos em cada uma dessas formas de difusão científica. Ela detalha a construção da informação levando-se em consideração três aspectos: a constituição – posição de quem escreve em relação a informação, a formulação - ato de elaboração do texto em relação ao público e a circulação – locais ou públicos onde a informação ou notícia será disponibilizada.

Vale ressaltar que sempre uma é o oposto da outra. Segundo a autora:



A escrita científica - em suas diferentes variedades tecnológicas – é um fato da linguagem urbana. Isso não quer dizer que ela se dê empiricamente só nesse espaço, mas, onde estiver ela estará significando o espaço da urbanidade... O jornalista lê em um discurso e diz em outro, na mesma língua, ou seja, há um duplo movimento de interpretação. (ORLANDI, 2001, p.150-151).

Com base nesses conceitos observamos que o compromisso ético com os valores universais que envolvem o jornalismo científico, de certa forma, obriga aos jornalistas a se absterem de qualquer justificação que comprove a desinformação, assim como que sejam influenciadores de outras formas de violência, ódio, discriminação, racismo, opressão e até os males que afligem a sociedade tais como a pobreza e as doenças.

Talvez as razões para isso sejam justificadas pelas constantes mudanças e transformações sociais, fato que nem sempre é visível, mas sempre possível de serem estudadas como o fez Noblat (2002). Ele diz que:

É feia a crise. Estou convencido de que donos de jornal e jornalistas compartilham o firme propósito de acabar com os jornais. Ou então são burros. Até admito que acabar com os jornais não seja a real intenção deles. Quando nada porque os donos ficariam sem seus negócios e os jornalistas, sem seus empregos. (NOBLAT, 2002, p.13).

A base para essa afirmação é uma pesquisa realizada pela Associação Americana de Jornais na qual são mostradas as opiniões de leitores sobre o veículo e dados que revelam uma queda de 12% na circulação de periódicos no Brasil.

CONCLUSÃO

Se por um lado pode acontecer uma redução na circulação de periódicos como fazer para que isso não aconteça e de que forma o jornalismo científico não seja prejudicado por esta perspectiva, pois sabemos que, numa reformulação dentro de uma redação para aumentar o interesse do leitor por determinado periódico, espaços destinados a divulgação de C&T são os primeiros a desaparecer.

Uma das formas para que isso não aconteça é uma formação por parte de futuros profissionais da comunicação de forma que estes saiam da universidade conscientes, tanto do papel como da importância dessa área para a sociedade e com uma carga de



conhecimentos básicos que lhe permitam agir de forma consciente desde a captação até a elaboração e valorização da Ciência na mídia.

Segundo Orlandi (2001, p.153) “o importante é que se tenha em mente que o leitor de ciência é, em consequência, seja ele um especialista ou um leitor amador, um sujeito que participa da construção da sociedade urbana e que entra nesse processo, que é o da divulgação científica, praticando uma das formas de sociabilização, popularização ou vulgarização”.

Visto tudo isso, é preciso que se entenda que o fazer, na divulgação de ciência e tecnologia é algo que merece maior atenção do que se pensa e, além disso, exige formação por parte de quem produz o conhecimento (o pesquisador), conhecimento por parte de quem trabalha a informação (o Jornalista) e linguagem acessível para poder atingir o público final a qual é destinada a informação (o público).

REFERÊNCIAS

- ANDRÉ, Alberto. **Ética e códigos de ética da comunicação social**. 4ª edição – Porto Alegre: Editora Sagra Luzzato, 2000.
- BAZI, Rogério E. Rodrigues. **TV regional: Trajetória e perspectivas**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2002
- BRASIL, Antônio Cláudio. **Telejornalismo, internet e guerrilha tecnológica**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2002.
- BOAS, Sergio Vilas (organizador). **Formação e informação científica: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005.
- BOCCATO, Paulo. **Mais programação regional**. Tela Viva. São Paulo, 2000.
- BUENO, Wilson da Costa - **Jornalismo Científico no Brasil: Aspectos Teóricos e Práticos**. São Paulo, Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA-USP (série pesquisa), 1988
- EPSTEIN, Isaac. **Divulgação Científica: 96 Verbetes**. Campinas: Pontes Editores, 2002.
- ISKANDAR, Jamil Ibrahim. **Normas da ABNT comentadas para trabalhos científicos**. Curitiba: Champagnat, 2000.
- MARTINS, Eduardo. **Manual de redação e estilo: O Estado de São Paulo**. São Paulo: Moderna, 1997.
- MASSARANI, Luisa; MOREIRA; Ildu de Castro; & BRITO, Fátima (orgs.). **Ciência e Público: Caminhos da divulgação científica no Brasil**. Rio de Janeiro: Casa da Ciência, 2002.
- MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- NOBLAT, Ricardo. **A Arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2002.
- Revista Imprensa N.º 80 - Maio de 1994.
- OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo Científico**. Ed. Contexto 2002
- ORLANDI, Eni P. **Cidade dos sentidos**. Campinas: Ponte, 2004.



_____. **Discurso e texto:** formulação e circulação dos sentidos. Campinas: Pontes, 2001.

SERVA, Leão. **Jornalismo e desinformação** – 2ª ed. ver. atual. – São Paulo: editora senac. SP, 2001.

SIMBALISTA, Eduardo. **A TV regional e a comunidade.** Mercado global. São Paulo 1995.

SODRÉ, Muniz. **Teorias da Comunicação: possibilidades e problemas.** Ciberlegenda, Rio de Janeiro, 2001. Entrevista concedida a Rosane Pereira e Christiane dos Santos. Disponível em <<http://www.uff.br/mestcii/muniz1.htm>> Acessado em 10/agosto de 2006)

*VIEIRA, Cássio Leite. **Pequeno Manual de Divulgação Científica: Dicas para cientistas e divulgadores de ciência.** São Paulo: Coordenadoria de Comunicação Social da USP, 1999.*