

---

## **Divulgação Científica como Acontecimento e o Jornalismo Científico: Reflexões sobre as notícias de Ciência em portais da internet.<sup>1</sup>**

Julia Teixeira LOURENÇO<sup>2</sup>

Ricardo Duarte Gomes da SILVA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Viçosa, Minas Gerais, MG

### **RESUMO**

Esse trabalho visa fazer reflexões sobre o jornalismo científico a partir de leitura e estudos prévios para entender qual seria, na prática, o papel que o jornalismo científico está desempenhando na sociedade contemporânea e entender de que maneira estaria colaborando para o estímulo ao fascínio pela Ciência, a partir da análise quanti/qualitativa sobre 203 notícias da editoria de Ciência e Tecnologia de dois dos maiores portais de notícia online UOL e G1. Visualizamos a construção do lide das notícias sobre Ciência afim de compreender de que forma esses textos estão agindo para esclarecer ou confundir o leitor, apegado as fontes oficiais ou traduzindo de forma compreensível o que os cientistas dizem nessa que é uma das bases da democratização da ciência

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo científico; jornalismo online; acontecimento.

### **INTRODUÇÃO**

A história do jornalismo científico começa junto a história do nascimento da própria imprensa. Com os primeiros tipos móveis surge a divulgação dos textos científicos e, junto a ela, as primeiras comunidades científicas (OLIVEIRA, 2002). Desde o princípio grandes nomes da Ciência, como Albert Einstein, despendiam tempo para a divulgação científica. No passado tanto a Ciência quanto o jornalismo científico começaram a existir tentando acompanhar o ritmo das prensas e das máquinas manuais. Hoje, a velocidade produzida pelos avanços tecnológicos permitiu que o conhecimento científico se multiplicasse pela internet e que se proliferassem os acontecimentos científicos nas mídias (descobertas, previsões para o futuro e etc.) que traduz para a sociedade a imagem de uma Ciência dinâmica, complexa e tecnológica, assim como o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante Graduação 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV, e-mail: [julia1922011@gmail.com](mailto:julia1922011@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutor em Comunicação pela UFMG e orientador do trabalho, e-mail: [rduarte@ufv.br](mailto:rduarte@ufv.br)

---

próprio jornalismo científico que se faz e refaz com cliques, algoritmos, inteligência artificial e circulação de discursos e sentidos entre leitores numerosos.

Mas a veloz difusão dos assuntos de Ciência nos portais de internet mostra um jornalismo científico que se apropria das descobertas tecnológicas para difundir menos a diversidade da Ciência, sua complexidade e dinamicidade, para mostrar os mistérios da Ciência, seu fascínio e ludicidade (Dias, 2019). Daí a pergunta: qual seria, na prática, o papel que o jornalismo científico está desempenhando na sociedade contemporânea? De que maneira o jornalismo científico estaria colaborando para o estímulo ao fascínio pela Ciência?

O presente artigo investiga traços do jornalismo científico online praticado em grandes portais de notícia na internet, utilizando uma pesquisa quanti/qualitativa e fazendo uma reflexão sobre o conceito de Acontecimento e Mídia, a partir de França (2012). Entende-se as notícias de Ciência nos portais de internet, em especial no G1 e no UOL, como fragmentos de um conjunto de divulgação científica praticado nos portais. Assim sendo, as temos caracterizada como um Acontecimento Jornalístico que atua na história do jornalismo científico brasileiro e instaura uma narrativa na sociedade que tenta popularizar a Ciência por meio das mídias digitais, mas produz estímulos ao fascínio entre as pessoas comuns através do jornalismo científico de massa.

## **JORNALISMO CIENTÍFICO E JORNALISMO *ONLINE*.**

Ao longo de sua trajetória, o jornalismo científico para o grande público teve como referência os fatos envolvendo, em geral, novas pesquisas, como por exemplo sobre doenças consideradas sem cura. Quando as notícias são mais específicas, o jornalismo para Ciência tenta falar a um público especializado (DA SILVA, 2002). Mas, em geral, a editoria se baseia em levar o conhecimento científico até as pessoas comuns.

Há uma exigência tanto em divulgar assuntos científicos para atender um direito fundamental dos cidadãos quanto a divulgação como um “dever moral” dos cientistas em fornecer informações ao jornalista e compartilhá-las, como formas de prestar contas à sociedade. Suas implicações políticas e econômicas tornam a divulgação científica essencial para uma sociedade que denomina “em rede” e “de informação” (CASTELFRANCHI, 2010). Esse jornalismo especializado se caracterizou ao longo dos tempos principalmente por enxergar o seu público como um leigo na área científica e,

---

assim, buscar retratar principalmente assuntos que instigam o leitor a pensar naquilo que não faz parte do cotidiano comum, em tom quase de aventura, como a descoberta de novos planetas ou o destino de sondas da Nasa (DA SILVA, 2002).

Os jornalistas aprenderam a usar no texto jornalístico para Ciência a metalinguagem, além de comparações, não deixando de requisitar muita atenção e conhecimento por parte daqueles que produzem tal texto (NASCIMENTO, 2002). Então, dois fatores se tornaram problemáticos e pontos de discussão no jornalismo científico: 1) na linguagem: o tom quase de aventura, alimentando o imaginário de fascínio e mistério da Ciência, tornando o texto do jornalismo científico passível de ser contestado, pois banaliza a pesquisa científica ao simplificar fenômenos complexos; 2) na apuração: a confiança entre o jornalista e o cientista se torna importante para divulgar o fato, já que o jornalista confia naquilo que é dito pelo cientista e vice-versa, mas sabe-se que nem sempre os termos técnicos usados pelo cientista seriam compreendidos pelo jornalista – que em sua apuração e em seu texto jornalístico está preocupado em entender o que a fonte disse, da melhor forma, para popularizar o fato científico. Contudo, com a disponibilidade de diferentes recursos de mídia, há como usar diferentes narrativas (em especial, no jornalismo *online*) e construir um objeto noticioso sobre Ciência capaz de diminuir o tom aventureiro do texto científico e apurar da melhor forma a notícia para o público leigo.

Fahnestock (2005) se preocupa com as transformações da informação científica (aqui destacamos o jornalismo científico) quando sofre adaptações a diferentes audiências, ao analisar artigos da revista *Science*. A autora concluiu que a adaptação do texto acadêmico para a revista não acadêmica não foi simplesmente uma questão de traduzir jargões técnicos para expressões equivalentes não-técnicas, mas parte da informação foi alterada (DIAS, 2019). Fahnestock (2005) conclui que revistas como a *National Geographic* e *Newsweek* utilizam para chamar a atenção do público mais amplo a admiração pela ciência e a aplicação dos resultados. E analisando as notícias da editoria de Ciência e Saúde do portal G1 em 2016, Dias (2019) confirma que no G1 as notícias foram transformadas no sentido de provocarem fascínio na audiência.

Neste artigo, pretendemos confirmar os parâmetros estudados por Fahnestock (2005) – e confirmados por Dias (2019), no portal G1 – sobre chamar a atenção pelo fascínio e pela aplicabilidade. Contudo, nosso objetivo principal foi analisar o critério de detalhamento didático utilizado nos portais G1 e UOL nos textos das notícias de ciência,

---

como forma de identificar de que maneira o jornalismo científico estimula o fascínio da Ciência. Em especial, quantas matérias utilizam a metodologia da pesquisa de modo detalhado e didático.

Quando se observa o lide jornalístico de uma notícia sobre Ciência, a metodologia se configura enquanto o “como” da notícia. Ou seja, se a informação científica a ser noticiada for a *descoberta* de uma vacina, da existência de água em Marte, de um robô superinteligente ou da sequência do DNA de um fungo, as respostas para o “como” nos lides dessas notícias sempre estarão vinculadas às metodologias de cada pesquisa: como foi descoberta a vacina ou a água em Marte? como foi possível construir o robô inteligente? como descobriram a sequência do DNA do fungo?

O jornalismo *online* ou digital surgiu junto ao próprio crescimento da internet. Em sua gênese, funcionava como reprodutor das notícias publicadas nos periódicos de papel. O pioneiro nos EUA foi o *The Wall Street* com o *Personal Journal* que foi lançado em 1995 como “primeiro jornal com tiragem única”. No Brasil, no mesmo ano, foi a vez do Jornal do Brasil e em seguida a versão eletrônica do Globo<sup>4</sup>. Esse tipo de jornalismo pode se basear em sequências de vídeo, áudio e ilustrações animadas, com textos que deixam de ser definitivos (FERRARI, 2003). As tecnologias aos poucos alteram as funções e as práticas jornalísticas, mudando a cultura do jornalismo. Nas redações os repórteres, que antes faziam apuração e edição, agora também estão relacionados à distribuição e circulação das matérias produzidas. E toda a redação é constantemente afetada por aquilo que se chama “cultura dos cliques”, com uma pauta jornalística mais voltada para *shares* e *likes* dos usuários consumidores de determinados conteúdos e essa alta demanda também muda a forma como o texto jornalístico é feito, como aponta Valentini (2019), não é só a evolução da tecnologia, mas também pelo aumento da demanda por informações afeta diretamente os meios de comunicação.

Nesse contexto, mídias tradicionais, como o rádio, a TV e veículos impressos, ganharam versões online, e a internet possibilitou ainda o surgimento de milhares de outros meios de comunicação. Além de uma concorrência consideravelmente maior de produtores de conteúdo, jornalísticos ou não, os avanços tecnológicos tornaram mais fáceis o registro, a reprodução e a disseminação de imagens e informações. (VALENTINI, 2019 p. 67)

---

<sup>4</sup> Ferrari (2003) é quem traz essas informações fazendo paralelos entre o surgimento do jornalismo digital no Brasil e nos Estados Unidos.

---

A cultura de definir a pauta do jornalismo *online* pelos *trends topics* se traduz na hegemonia dos assuntos de maior circulação midiática e que exercem maiores afetações entre os usuários. Com essa prática, pode ser comum visualizarmos no jornalismo *online* dos grandes portais de internet uma cobertura jornalística mais inclinada para determinadas áreas da Ciência do que outras e para os assuntos do momento que causam maior *frisson* entre os usuários.

No contexto pandêmico em que vivemos essas práticas se tornam ainda mais presentes. Cria-se uma ênfase na circulação, muito em razão do volume de informações falsas, que são geralmente mais compartilhadas que as verdadeiras. (ALVES, JUNIOR, 2020).

## **ACONTECIMENTO E MÍDIA**

França (2012) caracteriza a mídia como a instituição que mostra os traços da sociedade. Essa seria um instrumento por meio do qual se pode criar e formatar linguagem, um espaço de troca, convivência e consulta. Mas a mídia também seria um sujeito que produz e configura a circularidade de um discurso próprio. O mesmo com circulação dos assuntos sobre Ciência, que também obedeceria a lógica da instituição mídia que atua também como sujeito de um discurso próprio. Como instituição, os produtos do jornalismo científico nas mídias estariam envolvidos no contexto da necessidade de popularização da Ciência na sociedade e de democratização do conhecimento; enquanto sujeito, esse jornalismo produz um discurso próprio: tanto inclinado para esclarecimentos em um *detalhamento didático* nas reportagens quanto voltado para o fascínio e os mistérios da Ciência nas notícias.

Um acontecimento jornalístico sobre Ciência precisa ser serializado diariamente pelo jornalismo, pois ele provocaria tensões e afetações, como por exemplo o caso do Covid-19 ou “novo Coronavírus” no mundo (em outros tempos no Brasil tivemos o H1N1 ou “Gripe Suína”). Ocorre um inquérito da sociedade, causado pelo aparecimento abrupto (ou programado) do acontecimento, que mobiliza os atores sociais em torno do debate público. Neste caso, o debate público causado pelo acontecimento no jornalismo científico exige uma divulgação científica nos jornais, instiga reivindicações na sociedade, mobiliza o poder público, as instituições e os especialistas de diferentes áreas.

A necessidade de popularização detalhada e didática do Covid-19, por exemplo, torna-se uma exigência social, pois está atrelada a outra necessidade, a de democratização dos conhecimentos em torno do vírus, para diminuir o estranhamento em relação ao contágio, pois trata-se de informações de utilidade pública. A excelência do acontecimento jornalístico contrasta com as notícias diárias sobre diversas pesquisas. Contudo, a reunião desses fragmentos de notícias científicas de todos os dias forma um conjunto que caracteriza uma das faces da Divulgação Científica no país (de massa e *online*). As notícias cotidianas sobre Ciência “perturbam” nossa percepção a conta gotas, diferente do acontecimento jornalístico que aparece de uma só vez: água em Marte, novo planeta misterioso descoberto etc. Mas na tentativa de popularizar, os textos jornalísticos parecem divulgar menos a Ciência do que instaurar a aura do mistério.

Há um questionamento importante sobre o “acontecimento jornalístico”: a característica do acontecimento é o seu “ineditismo grandioso” que rompe com a rotina cotidiana dos fatos pequenos, enquanto que a característica do jornalismo científico diário se configura como a divulgação e compartilhamento da “pequena grande novidade” (como dissemos, a descoberta do novo planeta, a nova vacina revolucionária, as tecnologias de transporte etc). Esses fatos corriqueiros da editoria de Ciência rompem o cotidiano de outra forma, aos poucos, menos pela sua grandiosidade acontecimental do que pelo susto fragmental efêmero. O espanto e a admiração causados pelas notícias diárias se encerram no dia seguinte, enquanto que no acontecimento jornalístico o espanto cede lugar, aos poucos, ao entendimento provocado pela serialização diária, pelo documentário e pelo uso das outras formas narrativas que tentam explicar a grande ocorrência.

As diferenças, enfim, estariam na forma de publicização do acontecimento e do fato corriqueiro sobre Ciência. Novamente usamos o exemplo do Covid-19. A serialização de notícias, a programação das tevês tomadas pelo jornalismo e o documentário sobre o vírus são diferentes das simples notícias diárias sobre vacinas e vírus. Portanto, entender a Divulgação Científica como um Acontecimento Jornalístico exige observar a Divulgação Científica como uma construção entre o conjunto de recortes extraídos do real e sua moldura (Mouillaud, 1997), seria o contexto que envolve o conjunto dos fragmentos. Nesta moldura teríamos as potências de atualidade para os públicos afetados, a necessidade de socialização da informação no cotidiano e a ausência de previsão sobre os desdobramentos do que pode acontecer em sequência (Charaudeau,

2006). Assim, observando o jornalismo diário sobre Ciência, no conjunto da divulgação científica nos grandes portais da internet, podemos indagar como o jornalismo científico diário estaria contribuindo para distanciar a sociedade das discussões sobre a democratização do conhecimento e a popularização da Ciência.

Nos limites deste artigo, iremos observar no texto jornalístico das notícias alguns traços que sinalizam para possíveis causas dessa abordagem dos fatos de Ciência pelo fascínio e pelo mistério. *Não somente a escolha por notícias capazes de afetar com intensidade os públicos, mas uma escrita capaz de não dizer tudo o que se faz necessário dizer.* Não pretendemos estudar o acontecimento jornalístico nos portais, mas mapear quantitativamente as notícias na busca de identificar problemas e tentar responder aos objetivos do artigo.

## **METODOLOGIA E ACHADOS**

Em 2019 apresentamos o trabalho preliminar “*Democratização da ciência e jornalismo científico: um estudo das notícias sobre Ciência e Tecnologia no G1*”<sup>5</sup>, quando coletamos um universo de notícias dos portais G1 e UOL, pertencentes ao Grupo Globo e do Grupo Folha, respectivamente, a quem estão ligados economicamente. Nossa atual coleta se deu de 25 de julho até o dia 25 de agosto, totalizando 364 notícias, sendo 204 do UOL<sup>6</sup> e 160 do G1<sup>7</sup>. Para fins deste artigo, consideramos uma amostra representativa, 109 do UOL e 94 do G1, totalizando uma amostra de 203 notícias extraídas do universo de 364 notícias coletadas. Esse recorte corresponde as notícias dos primeiros vinte e um dias do período de clipagem, a escolha dessas foi aleatória e baseada nos limites das datas previstas no cronograma de trabalho para cada atividade. Além disso essa pesquisa tem bases qualitativa-quantitativa visto que os dois métodos podem abarcar a realidade das notícias de ambos os sites.

Em muitas circunstâncias, a utilização de única abordagem pode ser insuficiente para abarcar toda a realidade observada. Portanto, elas podem e devem ser utilizadas, em tais circunstâncias, como complementares, sempre que o planejamento da investigação esteja em conformidade. (LANDIM et al., 2006, p. 57)

---

<sup>5</sup> Trabalho apresentado no Intercom Junior do XXIV Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, que ocorreu em 03 a 05/06/2019

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/ciencia/>. Acesso em: 25 de jul. de 2019

<sup>7</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/ciencia-e-saude/>. Acesso em: 25 de jul. de 2019

Utilizamos categorias para fazer a organização da coleta das características que contribuem para nosso objetivo: entender como as 203 notícias diárias sobre Ciência dos portais UOL e G1 colaboram para o distanciamento do debate público sobre a democratização do conhecimento e a popularização da Ciência no Brasil.

Para fins de categorização, iniciamos enumerando: as notícias, a manchete, o link, um breve resumo sobre o que trata a matéria, a área do conhecimento da Ciência a partir da divisão da CAPES, a presença da metodologia da pesquisa científica na notícia; e a abrangência geográfica nacional ou internacional.

A tabela nos gerou alguns dados numéricos que nos são esclarecedores dentro do nosso questionamento, como as notícias construídas nos sites estão distanciando os leitores da compreensão e da conexão com a notícia. O primeiro deles se trata da área do conhecimento das notícias analisadas. As teorias do jornalismo científico predizem, e G1 e UOL divergem nesse aspecto, que seriam mais representadas as notícias de Ciências e Exatas e da Terra por conterem as notícias que causam o fascínio pelo desconhecido, principalmente das questões espaciais o que não necessariamente significa cobertura de alta qualidade.

Sobre isso, Nascimento (2006) crítica até que ponto a divulgação científica da forma que está acontecendo realmente contribui para a percepção da população sobre a importância e os benefícios concretos das pesquisas e atividades espaciais. Em sua percepção, e concordamos com ela, a forma como a atividade de divulgação científica se dá não consegue conectar o leitor, ou a menos se fazer entender, de forma que o público possa participar das decisões políticas que são tomadas para que os investimentos necessários para os programas espaciais. Nesse caso não informar ciência de uma maneira proveitosa é garantir que a sociedade não se importe se cortes na área forem feitos.

### **Analisando os dados sobre a área de conhecimento e abrangência**

No Portal UOL houve, no período estudado, uma diversidade em temas. Contudo, uma assimetria significativa em relação a presença das áreas do conhecimento. Além de observar que as notícias de maior frequência (36,7%) estão concentradas na área de Ciências Exatas e da Terra, dois outros dados são importantes destacar: as notícias das áreas das Humanas (4,6%), Linguísticas e Letras (1,8%) e Ciência Sociais (9,2%)



somadas atingem 15,6%. Ou seja, as áreas “não-exatas” do conhecimento alcançaram maior destaque do que Ciências Agrárias (3,7%) e biológicas (4,6%) – áreas tradicionalmente importantes se considerarmos a importância da agricultura e do meio ambiente. Mesmo assim, o somatório total é ínfimo e nos questionamos qual representatividade dos estudos trazem.

Aspectos curioso, estão nas notícias categorizadas como “não foi possível”. Cerca de 16,5% das notícias não foram possíveis de encaixar em nenhuma área do conhecimento por diversos motivos. Foram publicadas na editoria de Ciência, mas algumas não seriam notícias vinculadas a nenhuma área do conhecimento da Capes, como o caso da amostra 23 cuja manchete “*O que os criadores dos Simpsons dizem sobre quando a série 'preveu o futuro'*” – mais inclinada a uma editoria de Cultura do que de Ciência. Ou, simplesmente, por ter sido uma notícia postada duas vezes (!), como é o caso da amostra 93 que repete exatamente, em manchete e texto, na amostra 92.

No Portal G1 apenas 4,3% das notícias não puderam ser classificadas conforme as áreas de conhecimento da Capes (quatro em um universo de 94), como a amostra 87 cuja manchete é “*Ação da Bayer dispara após notícia de que propôs pagar US\$ 8 bilhões em acordos por Roundup*”, apesar de as questões da Bayer terem haver com ciência, a notícia não chega nem a tocar no assunto, apenas tratando das implicações econômicas do fato. A área das Ciências Exatas e da Terra aparece na segunda posição (10,9%), contudo a hegemonia de notícias da área da Saúde foi significativa no G1 (75%). Essa diferença acentuada pode ser explicada por Loose e De Lima (2013). O Grupo Globo possui nichos especializados em Ciências da Saúde, como o programa televisivo Bem-Estar (que ficou 9 anos no ar e em 2019 se transformou em um quadro específico na programação) e revistas especializadas<sup>8</sup>. E o apelo que a área da Saúde tem enquanto informação de utilidade pública. As outras áreas ficaram distribuídas assim, Ciências Sociais (2,2%), Ciências Agrárias (3,3%), Biológicas e Engenharias com 1,1% cada. Cabe ressaltar que essa clipagem foi feita antes da pandemia em que, provavelmente, o número de notícias de Saúde aumentou.

Esse maior interesse em Ciências da Saúde é então mais instrumental do que o em Ciências Exatas e da Terra, seu foco não está no deslumbramento, mas sim num nicho que se foi criado e na finalidade prática das notícias. Suas finalidades são mercadológicas,

---

<sup>8</sup> A exemplo das revistas Época com a editoria Saúde e Bem-Estar e da revista Galileu, de curiosidades científicas, que também fala sobre saúde

a tradição de publicar notícias sobre saúde que foi observada por Loose e Lima (2013) e por nós confirmada ainda na atualidade, tem a ver com a dependência dos sites de notícias com cliques e visualizações. Quando muitas vezes faz sentido colocar a notícia na editoria de Saúde ao invés de Ciência, ali estão elas, embutidas, as notícias que mais geram cliques e engajamentos aparecendo em duas editorias.

O terceiro e último tópico trata da “abrangência geográfica da notícia”, se o fato representado pelo texto jornalístico é nacional ou internacional. Nesse sentido G1 e UOL divergem entre si, o primeiro apresenta porcentagens mais equilibradas, 44,7% das notícias são nacionais e 55,3% internacionais. Em UOL o quadro é diferente, 8,3% das notícias são nacionais enquanto 83,5% são internacionais. Isso denota principalmente a prática comum de replicação de notícias compradas de outros sites.

Para Oliveira (2002) o jornalismo científico tem como principal missão se utilizar dos produtos gerados pela ciência para decodificar o conhecimento da própria realidade. Mas essa decodificação a partir da realidade da nossa sociedade se faz de maneira plena quando a realidade projetada não é a vivida pelos leitores? Loose e Lima (2013) destacam a ciência pode e deve se conectar fundamentalmente com a realidade dos públicos.

### **Presença da metodologia da pesquisa nas notícias**

O segundo ponto que analisamos, de maneira inédita, foi a presença da descrição sobre a metodologia dos estudos nas notícias. Como dissemos, a metodologia de uma pesquisa, quando transformada no texto jornalístico, informa enquanto resposta ao “como” do lide. Se são notícias a descoberta de uma vacina, a identificação de um novo planeta ou a invenção de formas alternativas de energia então as perguntas sobre “como ocorreram” (a descoberta, a identificação e a invenção) seriam respondidas pelas metodologias de cada pesquisa.

Observando as notícias nos Portais UOL e G1 identificamos: 1) a metodologia da pesquisa por vezes era substituída por relatos de casos pessoais; 2) a presença de metodologia não se destacava e se ofuscava em manchetes que pareciam banalizar a pesquisa (sensacionalista); ou então era impossível inserir a pesquisa na dicotomia “sim ou não” quanto a presença de metodologia como foi o caso de 19,3% das notícias de UOL e 11,7% em G1 porque não se tratava necessariamente de um feito científico, mais ainda sim enquadrado dentro de uma área do conhecimento, como por exemplo a amostra 17

“*Mais Médicos divulga lista preliminar de brasileiros formados no exterior aprovados para vagas remanescentes*”, sabemos que se trata de um comunicado na área da Saúde, mas dificilmente conseguimos obter uma metodologia dentro dela.

Entendemos que, no trabalho do jornalista que cobre Ciência, nem todas as respostas do lide podem ser descritas, como os “porquês” da pesquisa, por exemplo. Às vezes nem mesmo os próprios cientistas conseguem explicar as causas de um fenômeno que precisa de mais investigação científica. O “como” de um estudo pode estar protegido por uma patente, não sendo possível explicar no momento, mas nem mesmo esse esclarecimento identificamos nas reportagens dos Portais.

Alguns casos chamam a atenção sobre essa categoria “presença da metodologia de pesquisa nas notícias”. A primeira foi a amostra 24 do G1, sob a manchete: “Por que viajar faz bem para o cérebro”. Identificamos a ausência de uma investigação significativa capaz de explicar sobre softwares utilizados na pesquisa e a complexa relação entre “Viajar” e “Funcionamento do Cérebro”. A narrativa da matéria está próxima do lúdico, como mostra a Figura 01. Utilizamos friso em vermelho que explica, brevemente, como se chegou aos resultados, o tamanho da amostra e os envolvidos.

Figura 01 — “Por que viajar faz bem para o cérebro”

Aliás, de acordo com a **Universidade de Cornell**, quanto mais longe formos em nossas aventuras, maior será a satisfação, o sentimento de felicidade associado a uma viagem. Foi o que **pesquisadores da entidade descobriram** ao analisar o que os viajantes postavam no **Twitter**. Atualmente, sociólogos e antropólogos já **utilizam as redes sociais para mapear o comportamento dos indivíduos** e foi o que fizeram Morgan Frank e seus colegas, **ao analisar 37 milhões de tuites geolocalizados de 180 mil pessoas**. A maioria postava comentários sem grande entusiasmo dentro do perímetro casa-trabalho-casa. No entanto, quando a experiência descrita se referia a locais distantes dos roteiros habituais, palavras que demonstravam felicidade eram bem mais

Portal G1. Acesso: 30 de jul. de 2019

Mas não seria somente a descrição jornalística da metodologia de uma pesquisa que garante status à compreensão do texto sobre Ciência no jornalismo, sem um trabalho de tradução por parte do jornalista as frases típicas, chavões do meio científico e termos técnicos se perdem criando um texto que gera sobretudo confusão no leitor.

Se há ausência da metodologia na notícia a notícia de Ciência perde em credibilidade, já que um dos compromissos do jornalismo seria se aproximar da “verdade” dos fatos. E o que garante grau de veracidade e de comprovação dos fatos em toda

pesquisa seria a metodologia. Na relação do jornalista com o cientista, bem como na escrita do texto jornalístico para Ciência, a comprovação do fato seria do interesse de ambos. A ausência dela colabora com a imagem da Ciência como produtora de “coisas” de forma mágica, misteriosa. Isso porque as mensagens reunidas nesse conjunto informacional se integram às representações compartilhadas da sociedade (JACOBUS, 2018).

A exemplo, na imagem abaixo, fragmento da amostra 01, cuja manchete é “*Bélgica bate novo recorde de calor com 40,2 °C em Liège*”. Seu texto -e esse foi um modelo de notícia que se repetiu incansavelmente- se trata de um comunicado de um meteorologista sobre o aumento da temperatura em Liège, o aumento por eles mesmo. Temos embutido a questão climática, uma pauta que tem sido cada vez mais levantada em razão de sua emergencialidade, mas simplesmente lançar o aumento da temperatura não é muito efetivo para as discussões, principalmente no que tange o leitor médio brasileiro. As pontes necessárias para que o leitor faça a conexão com a sua realidade são perdidas e para as autoras isso é sintoma de um jornalismo “acomodado”.

Figura 02 — *Bélgica bate novo recorde de calor com 40,2 °C em Liège*

Bruxelas, 25 Jul 2019 (AFP) - **A Bélgica registrou na quarta-feira um recorde absoluto de calor com 40,2°C em Liège, no leste do país**, anunciou nesta quinta-feira David Dehenauw, chefe de previsões do Instituto Real de Meteorologia (IRM).

"Depois de validar os resultados de ontem das estações meteorológicas do IRM, um novo recorde nacional para a Bélgica: 40,2°C em Angleur", um distrito da cidade de Liège, **anunciou o meteorologista em sua conta no Twitter.**

**O pequeno reino europeu, nas margens do Mar do Norte, registra pela primeira vez uma temperatura acima de 40°C.**

Portal UOL. Acesso: 25 de jul. de 2019

Nesse caso, e novamente: em muitos outros, o que responde o “como” do lead é a forma como o fato científico foi dado, como mostra o que está destacado em verde. Informações tais quais “por meio de um anúncio oficial”, “por sua conta do twitter”, “a partir de uma revista especializada” assumem o lugar da metodologia e assim o “o quê”, objeto noticioso, se torna o comunicado e não a descoberta científica. Existe aí o privilégio do anúncio da pesquisa em detrimento a própria pesquisa uma vez que ao colocar em foco a pesquisa se faz necessário um trabalho de investigação. Aqui temos um outro problema: o anúncio simplesmente da descoberta exige um “como” que fale somente “da forma como foi anunciado”. Contudo, dizer que “Cientistas descobrem...” exige explicar o método.

---

É muito mais fácil divulgar como foi anunciado do que o método de uma descoberta, assim não é necessário fazer um processo de tradução do feito, agindo assim como porta-voz de uma fonte dita especialista e/ou que está imerso em uma rotina de produção muitas vezes não compatível com os anseios e perspectivas do jornalismo científico, como elaboram Loose e Lima (2013).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista os principais objetivos deste estudo, entender qual seria na prática o papel que o jornalismo científico está desempenhando na sociedade contemporânea e entender de que maneira o jornalismo científico estaria colaborando para o estímulo ao fascínio pela Ciência, a partir da análise quali-quantitativa da editoria de Ciência e Tecnologia nos portais UOL e G1, leitura de textos sobre a temática e estudo prévio fizemos alguns apontamentos. Percebemos algumas características que se mantiveram como as teorias prediziam, maior número de notícias sobre ciências exatas e da terra em UOL evidenciando o fascínio e o deslumbramento com as questões espaciais, apego às fontes oficiais, termos técnicos e jargões da área Oliveira (2002), mas também alguns aspectos que nos surpreenderam como Ciências da Saúde despontando largamente em G1.

Nossos estudos também geraram uma consideração inédita, o papel das metodologias de pesquisa dentro da narrativa do fato científico. Observamos que essa é uma carência das notícias de Ciência e Tecnologia e que seu papel dentro dos textos. Ao não investigar a metodologia da pesquisa e as causas do estudo, não demonstrando como o experimento, por exemplo, funciona, o jornalismo científico contribui para o fascínio.

Entende-se, com essa pesquisa, que o jornalismo científico não pode ser mais fragmentado, se perdendo na efemeridade diária ou semanal. A popularização não pode ser entendida como banalização. A editoria de Ciência precisa programar o acontecimento jornalístico da Ciência no Brasil, para permitir serializar e preservar o detalhamento didático, a explicação, buscando o enquadramento dos fatos científico brasileiros sob a moldura da popularização e da democratização. A programação do acontecimento jornalístico da Ciência no Brasil se dá através da política editorial que permitirá o agendamento dos assuntos da editoria de Ciência sempre vinculados aos problemas públicos. Os eventos científicos, como a SBPC e as feiras tecnológicas, trabalhados como

documentário ou série. Neste sentido, e sobretudo tendo continuidade dentro da política editorial para a editoria, cria-se um jornalismo científico capaz de contribuir para popularizar e democratizar.

A excelência do acontecimento jornalístico exige diferentes produtos jornalísticos diários sobre o evento, várias análises informativas em sequência sobre o acontecimento. Mesmo com tanta informação sobre o mesmo acontecimento (ex.: Coronavírus) a sociedade ainda sofre com as fakenews (narrativas que falseiam o real, com intenção de ludibriar a sociedade, se camuflando como “news”). Por conta disto, os ambientes de produção de fragmentos diários de diferentes notícias sobre Ciência precisam garantir a fidelidade aos fatos, diminuir o estranhamento das pessoas comuns sobre a Ciência.

Se já é impossível garantir uma reprodução fiel do real do fato científico publicado como objeto noticioso, logo a leitura por parte das pessoas comuns também não será fiel. Cabe ao jornalismo manter, ao menos, as respostas às perguntas do lide e trabalhar por uma popularização da Ciência mais zelosa para com o conhecimento das pesquisas científicas.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Wedencley; JÚNIOR, Carlos Pernisa. **Comunicação, circulação e velocidade: o tempo da informação na mídia e da ciência: Communication, circulation and speed Time of information in media and in science**. Comunicação & Inovação, v. 21, n. 47, 2020.

ASSIS, Jesus de Paula. **Crítica de ciência**. Ciência & Ambiente, v. 23, p. 49-60, 2001.

CASTELFRANCHI, Yuri. **Por que comunicar temas de ciência e tecnologia ao público?(Muitas respostas óbvias... mais uma necessária)**. Jornalismo e ciência: uma perspectiva ibero-americana, v. 1, p. 13-21, 2010. CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das mídias. São Paulo: Contexto, 2006

DA SILVA, Telma Domingues. **Jornalismo e a divulgação científica**. RUA, v. 8, n. 1, p. 129-146, 2002.

DE OLIVEIRA, Fabíola. **Jornalismo científico**. Editora Contexto, 2006.

DE SOUZA VIEIRA, Livia; CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Impacto no jornalismo online: cultura do clique, métricas e relevância social**. Lumina, v. 13, n. 1, p. 132-148, 2019.

DIAS, Ricardo Henrique Almeida. **O Fascínio Pelos Mistérios da Ciência: Análise de Textos de Jornalismo Científico em um Portal de Notícias**. Comunicação & Informação, v. 22, 2019.

DORETTO, Juliana. **A mídia manipula quem tem cabeça fechada: adolescentes periféricos e a crítica ao jornalismo**. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 16, n. 1, p. 66-77, 2019.

FAHNESTOCK, Jeanne. **Adaptação da ciência: a vida retórica de fatos científicos**. Terra

---

**incógnita: a interface entre ciência e público. Organização e apresentação de Luisa Massarani, John Turney, Ildeu de Castro Moreira. Rio de Janeiro: Vieira & Lent: UFRJ, casa da ciência: FIOCRUZ, 2005.**

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. Editora Contexto, 2007.

FRANÇA, Vera. **O acontecimento e a mídia**. Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. ISSN, v. 2553, 1982.

JACOBUS, D. M. **O jornalismo e a ciência na revista Ciência Hoje das Crianças (1986-2016)**. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS, Porto Alegre, p. 191, 2018.

LANDIM, Fátima Luna Pinheiro et al. **Uma reflexão sobre as abordagens em pesquisa com ênfase na integração qualitativo-quantitativa**. Revista brasileira em promoção da saúde, v. 19, n. 1, p. 53-58, 2012.

LOOSE, Eloisa Beling; DE LIMA, Myrian Regina Del Vecchio. **A ciência nos portais de notícias: notas para pensar a popularização científica a partir do jornalismo online**. Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática, v. 12, n. 23, 2013.

LOURENÇO, Julia Teixeira; OLIVEIRA Abraão Marques de, SILVA Ricardo Duarte. **Democratização da ciência e jornalismo científico: um estudo das notícias sobre Ciência e Tecnologia no G1**. In XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste; Espírito Santo, 2019.

MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sergio Dayrell. **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo, 1997.

REIS, Ana Isabel; FERNANDO, Pedro Jerónimo; BASTOS, Zamith Helder; **Ameaças ao Ciberjornalismo**: Atas do VI Congresso Internacional de Ciberjornalismo. 1. ed. Universidade do Porto - Faculdade de Letras : [s.n.], 2018. p. 65-77.