

O jornalismo como mediador do conhecimento científico¹ Caso *Ciência Hoje das Crianças* online

Betina Albé VEPPPO²

Sabrina FRANZONI³

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

Resumo

Este artigo problematiza os modos de funcionamento do discurso da revista *Ciência Hoje das Crianças online*, tendo em vista que é produtora de conteúdo científico para o público infantojuvenil e está firmada em uma plataforma digital. Com isso, busca-se compreender como este veículo constrói, a partir das notícias, o seu discurso. Adota-se a noção de contrato de comunicação, conforme Charaudeau (2006; 2008), e, como estratégia teórico-metodológica, opta-se pela Análise do Discurso de linha francesa (AD). O corpus compõe-se de 15 matérias publicadas em julho de 2014, período escolhido aleatoriamente. A análise empreendida possibilitou concluir que a revista *Ciência Hoje das Crianças* online se situa na confluência entre dois discursos: o da informação de temas científicos e o da captação do público infantojuvenil.

Palavras-chave: jornalismo; divulgação científica; Análise do Discurso; *Ciência Hoje das Crianças online*.

Introdução

O livre acesso às plataformas *online* por crianças exige, dessas mesmas mídias, novos meios de disponibilizar conteúdos e de formatos adequados à faixa etária e ao interesse daquelas. Como bem aponta Torok (2003), livros e revistas de ciência para jovens podem promover, desde cedo, a conscientização desse público em relação a temas relevantes. O presente trabalho debruça-se sobre a revista *Ciência Hoje das Crianças* (CHC) *online*, identificando, no jornalismo segmentado, os valores acionados pelos jornalistas para a construção do seu discurso e, conseqüentemente, do discurso da revista. O objetivo é problematizar esse discurso, a partir da produção de notícias sobre temas da ciência destinadas ao público infantojuvenil. Utiliza-se o termo infantojuvenil ao referir-se ao público-alvo da revista, que compreende a faixa etária entre 7 e 14 anos.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos, email: bealbeveppo@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Doutora em Comunicação e Informação (UFRGS), email: franzoni@unisinos.br.

A análise empreendida, de cunho qualitativo, consiste na leitura de 15 matérias da revista *Ciência Hoje das Crianças online*, publicadas no mês de julho de 2014. Aplica-se, para o estudo, a metodologia de Análise do Discurso em jornalismo, um trabalho de identificação de sentidos, proposta por Benetti (2007), e a noção de contrato de comunicação, conforme Charaudeau (2006; 2008).

Opta-se a revista *Ciência Hoje das Crianças online*, por esta representar um *case* de sucesso na publicização científica no Brasil, pois é a mais antiga revista nacional de divulgação científica voltada ao público infantojuvenil⁴ ainda em circulação. Produto do Instituto *Ciência Hoje*, ela foi criada em 1986, e a versão *online* passou a ser disponibilizada em 2001. Além disso, utiliza-se, para esta pesquisa, somente a seção de notícias da revista, que é composta de matérias produzidas exclusivamente por jornalistas e estudantes de jornalismo, abordando temas atuais, como meio ambiente, arte e cultura, astronomia, tecnologia, entre outros. Uma das principais características da revista é a publicação de textos de especialistas e pesquisadores, em linguagem acessível e adequada ao público-alvo.

Aproximam-se, aqui, três áreas do conhecimento: jornalismo, linguística e ciência, com o intuito de explorar os caminhos para a qualificação da notícia de divulgação científica oferecida por um veículo específico. Dessa forma, ao mesmo tempo em que se reflete sobre a divulgação científica, que deveria garantir ao público jovem um melhor conhecimento e uma abordagem de questões que envolvem ciência, promove-se a reflexão da prática do jornalismo científico.

2 Notícia como construção da realidade

Aqueles que reconhecem seu papel na sociedade e têm interesse pelo que acontece ao seu redor mantêm-se em contato com as notícias, independentemente das mídias que hoje são utilizadas: web, jornal, rádio, televisão. Todos têm possibilidade de acesso a essas mídias, seja por um meio pago, seja gratuitamente. Essas informações recebidas por intermédio dos veículos de comunicação delimitam o horizonte cognitivo do leitor e permitem que construa sua realidade. Como ressalta Alsina (2009), cada mídia cumpre uma função, e ela nem sempre é estritamente informativa.

⁴ INSTITUTO CIÊNCIA HOJE. Revistas. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: < <http://cienciahoje.uol.com.br/instituto-ch/publicacoes/revistas>>. Acesso em: 22 nov. 2014.

Conforme Alsina (2009), tudo o que emana da mídia faz parte de um discurso social e está inserido em um processo. Tal sistema produtivo tem características peculiares. Muito além de considerar o jornalismo como emissor de informações, é preciso analisar, na atividade jornalística, que, até na publicação das notícias, existe um processo muito mais complexo e envolvente, que transita por três fases, a saber: produção, circulação e consumo. Nesse sentido, o autor em destaque afirma:

Produzir informação é uma atividade complexa que se realiza industrialmente e no seio de uma instituição reconhecida socialmente. No entanto, estamos diante da fase oculta da construção da notícia. A mídia é a primeira que não mostra com facilidade seu processo de produção. A autoimagem que eles pretendem transmitir sobre o seu trabalho é a de receptores e transmissores da informação. A atividade se reduz, então, à procura pelas notícias e à utilização de uma tecnologia para sua difusão (ALSINA, 2009, p. 11).

Nessa linha de estudo, Alsina (2009) aponta o papel decisivo dos jornalistas no processo de construção da realidade, contudo não exclui a ação de conferir estilos narrativos aos acontecimentos. Assim, é importante analisar a notícia como um produto da indústria da informação, a partir de como o acontecimento é construído e de como influencia na construção da realidade social. A composição do acontecimento pela mídia é o que permite a construção da própria realidade.

Alsina (2009) defende, ainda, que a construção da realidade não deve ser única e exclusivamente uma prática interligada ao jornalismo. Berguer e Luckmann (apud ALSINA, 2009), por sua vez, consideram a prática jornalística portadora de um papel socialmente legitimado, a ponto de realizar contribuições para a construção de uma realidade a partir de publicações relevantes. Para Alsina, as atitudes dos jornalistas em darem um efeito de sentido aos fatos baseiam-se em um contrato, no qual o jornalista se compromete em informar os fatos mais relevantes, e o leitor, em acreditar que os acontecimentos selecionados são os mais importantes:

Os jornalistas têm a incumbência de recompilar os acontecimentos e os temas importantes e dar-lhes sentido. Esse contrato baseia-se em atitudes epistêmicas coletivas, que foram se compondo através da implantação do uso social da mídia como transmissores da realidade social de importância pública. A própria mídia é a primeira que realiza uma prática contínua de autolegitimação para reforçar esse papel social (ALSINA, 2009, p. 47).

A partir da citação do autor, é possível entender que ambas as instâncias, de emissão e recepção da informação, reconhecem o seu papel na sociedade. O receptor já espera que o comunicador da informação realize uma filtragem dos acontecimentos, de maneira a

apresentar-lhe o que merece destaque. Da mesma forma, o emissor reconhece o papel socialmente legitimado que exerce. Assim, na relação entre o emissor e o destinatário, ou seja, entre a mídia e seu público firmam-se contratos implícitos de comunicação, para que ocorra o uso adequado do discurso que é emitido pelo comunicador. O destinatário deve saber o intuito da mensagem, como deve ser usada e qual o efeito que pode gerar a partir da sua repercussão. É interessante ressaltar que, se o receptor não soubesse da importância dos contratos estabelecidos com a mídia, o produto desta resultante não faria sentido.

É possível entender que não existe uma verdade sobre um fato. A verdade é questionável, pois o que o jornalista coleta de informações é para construir a sua versão dos acontecimentos, tentando aproximar-se do maior número de versões sobre o mesmo acontecimento. Ao entender seu contexto, os profissionais reelaboram o acontecimento em notícia e o inserem no cotidiano, de maneira a produzir sentido. Afinal, tudo o que é percebido pelo jornalista está limitado a um horizonte cognitivo. Além disso, o comportamento de retratar a realidade concreta é esperado do profissional, pois o jornalismo necessita que a sua atividade continue a ser reconhecida com credibilidade pela sociedade. Desse modo, o jornalista preza sempre por se aproximar ao máximo da “verdade” do fato. A notícia auxilia na compreensão de um mundo possível.

A atividade jornalística permite que a sociedade, por meio de notícias, construa e reconstrua o seu entendimento dos fenômenos sociais que se apresentam. Tuchman (apud ALSINA, 2009) aposta na ideia de que a produção de notícias jornalísticas contribui para a noção de sociedade como um fenômeno social compartilhado, o que permite compreender que, apesar de não concordar com a concepção de notícia como espelho da realidade, percebe-a como um processo de construção de uma realidade.

Outra contribuição de Alsina (2009) sobre a noção de notícia como construção da realidade repousa na relação que aquela mantém com o consumidor. Para Alsina, toda informação que é emitida pela mídia só tem sentido se consumida por alguém. O ato de comunicação é feito justamente com essa finalidade, atingir o destinatário. Caso este não se identifique com a mensagem, a notícia não terá efeito sobre ele. Importa lembrar que o consumidor pode outorgar menos ou mais implicações às notícias, de acordo com peculiaridades pessoais. Alguns consumidores recebem as notícias de forma distinta de outros. O mesmo fato, em diferentes pessoas, tem diferentes graus de implicação. Cada um interessa-se por temas que são mais importantes para si. Quando se abre o jornal, a revista, a página inicial *online* de notícias, seleciona-se, com o olhar, o que mais interessa. Embora

existam características que condicionam a importância de um tema, o leitor cria o seu próprio temário⁵. Para McCombs (apud ALSINA, 2009, p. 148), “o conhecimento de uma realidade pressupõe um maior envolvimento”. Dessa forma, os leitores podem absorver mais ou menos de uma notícia, à medida que se sentem envolvidos com ela. Nesta reflexão, considera-se importante ressaltar que o autor, ao exemplificar assuntos pelos quais majoritariamente as pessoas não se sentem implicadas, cita os avanços científicos.

3 Jornalismo segmentado ou especializado?

Para a discussão, a seguir, sobre a segmentação e a especialização, este artigo apoia-se nos estudos desenvolvidos por Tavares (2009), que discorre sobre jornalismo especializado na condição de metodologia, em contraponto ao trabalho de Ferreira ([2015?]), que aborda o jornalismo segmentado na prática.

Tavares (2009) considera que é possível entender o estudo do jornalismo especializado como recente no campo da pesquisa, tanto é que ainda há muita discussão a esse respeito. As reflexões sobre o jornalismo especializado proliferaram em virtude de este se ter disseminado nos mais diversos produtos jornalísticos nos últimos anos. Por isso, o autor avalia que a razão para a falta de uma abordagem do tema não é reflexo de sua ausência no campo, mas do peso que possui o tratamento desse jornalismo, teórica e epistemologicamente.

Nesse sentido, Tavares (2009) afirma que o jornalismo especializado pode ser concebido a partir de duas perspectivas, as quais denomina *normativa* e *conceitual*. Assim, a primeira refere-se à “produção deste tipo de jornalismo”, que é perceptível em textos normativos referentes a essa prática; e a segunda, à “formulação de um lugar teórico para tal manifestação no campo do jornalismo” (TAVARES, 2009, p. 116). As reflexões acerca desse ramo do jornalismo caracterizam-se sob dois vieses: sua juventude, como campo de estudo, e a influência dos textos normatizadores em detrimento de um conceito mais abstrato de jornalismo. Além disso, conforme o autor, é possível perceber a especialização no jornalismo com base em três manifestações: (a) meios de comunicação específicos; (b) temas; (c) produtos resultantes da união de ambos.

⁵A teoria do temário ou agendamento (do inglês, *agenda-setting*) é uma expressão cunhada pelos teóricos americanos Maxwell McCombs e Donald Shaw, em 1971; aquela, fundamenta a teoria de que a mídia teria o poder de controlar o debate público a partir das suas escolhas. Ao dar visibilidade a alguns assuntos em detrimento de outros, são introduzidos, na sociedade, temas considerados importantes para o debate público. (ALSINA, 2009).

Ao se analisar a história do jornal sob a perspectiva dos conteúdos que são publicados, pode-se afirmar que o jornalismo sempre esteve fragmentado. Os jornais se agruparam em assuntos setorizados, em que os jornalistas escreviam genericamente sobre temas previamente definidos. No intuito de falar sobre tudo, tratavam genericamente de assuntos específicos (TAVARES, 2009). Todavia, em consequência da transformação tecnológica sofrida com a chegada da Internet e suas novas rotinas de produção, essa especificidade do jornalismo começou a divergir da lógica de produção do jornal impresso. Os periódicos não poderiam mais competir com a informação exclusiva trazida pela Internet e tiveram que pensar em outras estratégias de informar (TAVARES, 2009). Isso permite dizer que a evolução dos meios e a formação de grupos sociais são cada vez mais distintas, mas se unem por objetivos comuns. Um desses objetivos é a migração para uma entrega de informação cada vez mais personalizada, disposta e exposta em produtos jornalísticos setorizados.

Contudo, reflete o autor, ainda persiste o foco sobre a especialização, muito mais pelos conteúdos do que pelos métodos de trabalho. Por conseguinte, Tavares (2009) defende que a especialização jornalística não se define por temas de que trata ou por públicos aos quais se dirige, mas por ligação a uma nova metodologia, cujos textos e notícias normatizam o conceito de jornalismo especializado. Todavia, o autor não descarta a premissa de que ainda persiste um “olhar sobre o jornalismo especializado, de parte da mídia, como um conceito que é analisado mais por seu conteúdo do que por sua metodologia” (TAVARES, 2009, p. 119).

Ferreira ([2015?]), por sua vez, aponta outro olhar para o conceito de jornalismo especializado. Para ele, essa atribuição evidencia paradoxos e contradições. Ele refuta, em sua pesquisa, o princípio de que a expressão jornalista especializado esteja ligada ao jornalista que realiza a cobertura de áreas especializadas. O fato de cobrir áreas especializadas não torna o jornalismo especializado. A atividade permanece a mesma, independentemente das áreas em que transita. O compromisso do jornalismo mantém-se nas formas de captação e de tratamento da informação.

Ferreira, no mesmo estudo, avalia que o jornalismo especializado é algo intrínseco ao jornalismo, endógeno à profissão, quando considerado que “evoca para si a habilidade e conhecimento do profissional para a lida com as sofisticadas ferramentas de elaboração, tratamento e divulgação da informação jornalística” (FERREIRA, ([2015?], p. 2). O autor entende que as estratégias do jornalismo não se distinguem quando transitam nas diferentes

áreas, caso se leve em conta que o compromisso principal do jornalismo é com a informação. Segundo Ferreira [2015?], p. 2),

O jornalismo especializado envolve muito mais a essência das Ciências da Comunicação por exigir do profissional a contextualização dos fenômenos, as suas conexões, permitindo o resgate do passado para a interpretação do presente e a projeção do futuro.

Ainda em reforço de sua posição, Ferreira ([2015?]) assevera que não há dúvidas de que um setorista que cobre diariamente uma determinada área irá desenvolver habilidades maiores, ação que não poderá atribuir-lhe a pseudoideia de ser especialista. Nesse sentido, Ferreira propõe pensar se existe realmente a possibilidade de jornalismo especializado. Afinal, há critérios que norteiam a atividade e permanecem com ela em todas as áreas do conhecimento. A conclusão, a partir dessas reflexões, é que o jornalismo não se define pelo que trata, mas pelo modo como trata. Logo, Ferreira defende um jornalismo que cobre áreas especializadas, em detrimento do conceito de jornalismo especializado.

Tavares (2009) complementa o estudo de Ferreira ([2015?]), quando diz que esse tipo de jornalismo configura-se como uma forma de apresentar a realidade por meio dos múltiplos âmbitos temáticos que essa aborda. Nesse sentido, comenta Tavares (2009), a reportagem, a partir dos estudos de diversos autores, pode ser o exemplo das manifestações desse tipo de jornalismo.

A reportagem acompanha a especialização determinada por um veículo ou seção (de jornal, revista, programa televisivo etc.), mas ultrapassa discursivamente o caráter ‘puramente noticioso’ (no sentido de uma informação rápida e datada), podendo cumprir e exercer um papel de aprofundamento sobre as especialidades de que se trata. Nela, seria possível a ‘execução’ de um jornalismo ‘mais profundo’, ‘mais completo’, tal qual aquele pensado como ‘jornalismo explicativo’ (TAVARES, 2009, p. 126).

As publicações especializadas mantêm todos os princípios garantidos pela atividade jornalística: o compromisso de fornecer informação crível ao leitor, com o objetivo de que ele possa construir a sua realidade de um fato. Contudo, esse tipo de publicação deve conhecer a quem se destina a informação que está sendo dada, para que possa criar estratégias comunicativas possíveis de serem alcançadas por seu público-alvo.

Em conformidade com a concepção de jornalismo desenvolvida até aqui, é válido assumir que cada publicação que se diga jornalística, mesmo ao circular por diferentes áreas, não deixa de seguir critérios de seleção e construção do fato que atendam aos princípios do jornalismo de compromisso com a informação. Dessa maneira, é possível

entender que o jornalista segmentado não deve limitar-se a ser um tradutor da linguagem especializada; ele precisa saber contextualizar seu foco multidisciplinarmente, para que o leitor compreenda os métodos e as hipóteses, sabendo cruzar informações e construir o conhecimento.

A tendência em adotar o conceito de segmentação leva a analisar os pontos de transformação pelos quais a profissão passa e as formas de produção desse novo jeito de informar. Os argumentos que se apresenta abrem possibilidades para entender o novo perfil de profissional exigido pelas empresas e para esclarecer como ele se direciona a públicos específicos, com conteúdo personalizado.

Para o seguimento deste estudo, adotam-se as contribuições de Ferreira ([2015?]), por entender que as práticas jornalísticas permanecem as mesmas, independentemente do assunto de que tratam. A especialização jornalística mantém-se como uma continuação do estudo acadêmico do curso de jornalismo. Já o jornalismo segmentado contempla o que aqui se estuda: o jornalismo de ciência.

4 O jornalista de ciência

As formas de divulgação da ciência se transformaram ao longo dos anos. O jornalista científico, ou divulgador da ciência, até provavelmente 1980, exercia um papel de “transmissor da luz do conhecimento científico para um vulgo que não sabe e não entende (e vive, então, na Obscuridade)” (CASTELFRANCHI, 2008, p. 10). O autor traduz isso como uma visão heroica e reducionista da profissão. Tal abordagem acabou ocasionando, no imaginário social, a ideia de distância entre o discurso científico e a linguagem comum.

Conforme explica Castelfranchi (2008), o antigo modelo de comunicação da ciência, conceituado por alguns autores como modelo de déficit⁶, aborda a divulgação da ciência de três formas: (a) como algo inerente à sociedade; (b) como percepção do público na condição de massa homogênea, com déficits cognitivos, que deveria ser doutrinação com o conhecimento científico; (c) como processo de comunicação linear e unidirecional, de quem sabe para quem ignora a transmissão de um conhecimento para um *público leigo*, vítima de um déficit cognitivo/cultural. Foi constatado que, nesse modelo de comunicação, da simplificação de termos e tradução de um conhecimento, da ciência para o público leigo,

⁶ Castelfranchi (2008) cita os autores que associam à antiga prática a noção de déficit. São eles: Wynne (1991) e Ziman (1991), e o próprio Castelfranchi (2002).

muita informação era perdida, fosse pela banalização do comunicador ou da incompreensão do receptor (CASTELFRANCHI, 2008).

De algumas décadas para cá, reflexões têm sido feitas acerca do papel do jornalista e do fazer jornalístico em torno da comunicação da ciência. Para Castelfranchi (2008), é possível dizer que, hoje, o jornalista não pode ser mais um simples tradutor da ciência ou um mero cativador de público. Ele deve ter múltiplas competências relacionadas com a ciência, tais como ir além do fato, saber contar e contextualizar; igualmente, deve buscar referências na filosofia, na sociologia, na história; deve saber cruzar hipóteses e apresentar os processos da ciência. O jornalista não pode mais abrir mão do papel de realizar um trabalho que se situe além da simples tradução dos fatos e fenômenos da ciência. Isso se deve ao fato de ele ter responsabilidade social com a divulgação do conteúdo. Segundo Castelfranchi (2008, p. 11), “seu papel, como o de qualquer jornalista não é apenas entreter, nem informar, nem, ainda, educar”. Sua função, também, é de catalisar um debate conciso sobre as práticas científicas.

Outra questão a ser abordada é por que informar sobre ciência? A Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948, em seu artigo XXVII, menciona que “toda pessoa tem direito de [...] participar do processo científico e de seus benefícios” (NAÇÕES UNIDAS, 1948). Em contrapartida, a cultura científica, no Brasil e no mundo, foi criada na sociedade como um discurso destinado a uma restrita população, os já inseridos na comunidade científica, fazendo com que o consumo informacional cotidiano se distanciasse dos demais.

Interpretar o contexto em torno da ciência também abarca o envolvimento da mídia com abordagens contextualizadas, que favoreçam a compreensão do cenário. A comunicação científica, do modelo unilateral, fez com que muitas pessoas se afastassem da ciência, e o reflexo disso pode ser percebido nos meios de comunicação ainda hoje, em que a disseminação da informação está mais intensa e imediata. Cabe ao jornalismo, da mesma forma, participar deste processo, atuando como um divulgador/mediador do conhecimento científico.

Diversos estudiosos concordam que a divulgação da ciência se faz necessária, na medida em que se abre uma janela de oportunidades para a resolução de problemas, como

inclusão social, desenvolvimento humano e sustentável e melhorias na vida das pessoas. O estudo divulgado pelo artigo Projeto Ciência⁷ revela que

É por meio da ciência que é possível atingir um status para a diminuição das diferenças sociais, erradicar a fome e a pobreza, eliminar a vulnerabilidade às mais diversas doenças e promover uma relação com o meio ambiente compatível com o bem-estar das futuras gerações (PROJETO CIÊNCIA, 2009, p. 5).

Muitas vezes, a divulgação científica é ignorada, ou tratada como algo de menor importância pelas próprias mídias, por não ser de fato entendida a influência que exerce dentro de uma sociedade. A ciência não é um mero assunto publicado pela mídia; ela tem influência na construção de um país. É por meio de sua divulgação que a sociedade está apta a rever práticas, a criticar, a escolher, a transformar. Como destaca o artigo mencionado, “a partir de um processo informativo mais contextualizado, a população ganha melhores condições para conhecer e reivindicar seus direitos, fortalecendo de forma mais consistente o próprio capital social do país” (PROJETO CIÊNCIA, 2009, p. 33).

Vale destacar que as variadas formas de convivência se caracterizam pela necessidade de efetuar escolhas. E todas as escolhas estão diretamente ligadas ao acesso à informação disponibilizado. Segundo Vogt (apud PROJETO CIÊNCIA, 2009), “não basta apenas levar a informação, mas também atuar de modo a produzir as condições de formação crítica do cidadão em relação à ciência”. A qualidade das informações trazidas pelo jornalismo é fundamental para a formação do indivíduo e para o exercício pleno da democracia. É dever do jornalista apresentar causas, consequências e prováveis soluções de um fato científico que vá além do fato imediato, que desenvolva um discurso informativo e contextualizado.

Entende-se ser relevante destacar aqui a importância da produção de conhecimento por parte da sociedade acerca das práticas desenvolvidas por civis, instituições públicas e privadas, a fim de que se construa um discurso crítico em relação às práticas. Nesse sentido, o jornalismo tem papel fundamental em aproximar o grande público da ciência, com um discurso informativo, crítico, e, também, atrativo. O Projeto Ciência (2009) defende que, quanto melhor for a qualidade das informações aos cidadãos e cidadãs, melhor será o entendimento e mais bem fundamentada a postura crítica que aqueles assumirão frente à atividade científica, aumentando até mesmo o capital simbólico e social do país.

⁷ O *Projeto Ciência, Tecnologia & Inovação na Mídia Brasileira* é um artigo resultante da análise da cobertura jornalística de 62 veículos impressos sobre o assunto. O objetivo da proposta foi diagnosticar e elaborar estratégias que colaborem com os comunicadores e fontes de informação para o exercício de um jornalismo científico que promova o desenvolvimento do país.

5 Análise da revista *Ciência Hoje das Crianças* online

A análise aqui apresentada vale-se do contrato de comunicação, conforme proposto por Charaudeau (2006; 2008) e da metodologia de identificação de sentidos explicitada por Benetti (2007), a fim de entender como o discurso da revista *Ciência Hoje das Crianças online* é construído. O *corpus* foi composto por 15 matérias⁸, todas publicadas entre 1º e 31 de julho de 2014. Para examinar o *corpus*, tomou-se como princípio analisar a linguagem não como um conjunto de normas, mas enquanto ato de discurso⁹ (CHARAUDEAU, 2006).

Como recorte para este artigo, analisou-se a finalidade¹⁰ do contrato de comunicação proposto pela revista CHC. Para isso, delimitaram-se como núcleos de sentido as visadas da informação e da captação, por entender-se que a revista, para atender ao seu contrato, precisa assumir um duplo papel: informar e captar.

A análise iniciou com a identificação das formações discursivas (FD), ou seja, “[...] uma espécie de região de sentidos, circunscrita por um limite interpretativo que exclui o que invalidaria aquele sentido” (BENETTI, 2007, p. 112). Assim, os sentidos nucleares mapeados foram as visadas da informação e da captação. Logo após, tendo em mente os sentidos, especificamente de informação e de captação, separaram-se todos os títulos, subtítulos, intertítulos e demais textos, para aí delimitar o que Benetti (2007) denomina sequências discursivas (SD), ou seja, trechos arbitrariamente recortados e numerados.

Como resultado da análise do *corpus* identificaram-se 122 sequências discursivas. Em 32 delas, predomina a visada da informação, e em apenas uma, a de captação com exclusividade; nas outras 89 SDs, os discursos se mesclam isto é, ocorrem as duas visadas na mesma sequência discursiva. A seguir, tecem-se considerações sobre o emprego de cada visada no discurso da revista, para entender como se constitui.

⁸ Para a definição do *corpus*, realizou-se uma pesquisa exploratória, em que se acompanhou um ano de postagens – janeiro a dezembro de 2014. Nesse período, foram identificadas 186 matérias de popularização da ciência para um público segmentado. A média mensal é de 15 matérias, as quais abordam os seguintes temas: arte e cultura, bichos, literatura, matemática, plantas, química, tecnologia, astronomia, física, história, meio ambiente, pré-história e saúde. Nessa primeira leitura, percebeu-se que a análise das publicações de um mês seria suficiente para evidenciar os elementos linguísticos que se repetem e compõem o discurso geral da revista.

⁹ Charaudeau (2006, p. 67) diz que “o discurso depende, para a construção de seu interesse social, das condições específicas da situação de troca na qual ele surge”. Ao caracterizar a situação de troca, ele coloca em relação duas instâncias: a de produção e a de recepção. Para esta pesquisa, não se adota como foco a instância de recepção, somente a de produção. Para isso, foi necessário compreender: (a) quem informa quem; (b) informa para quê; (c) informa sobre o quê? (d) informa em que circunstâncias.

¹⁰ Conforme Charaudeau (2006), a finalidade ocorre em forma de visadas: (a) prescritiva - *fazer fazer*; (b) informativa - *fazer saber*; (c) incitativa - *fazer crer*; (d) páthos - *fazer sentir*.

Ao delimitar a *finalidade* do contrato como espaço de análise adotaram-se, então, como referência, as visadas da informação e da captação.

A finalidade da informação obriga o jornalista a utilizar estratégias que imprimam veracidade ao seu discurso. Conforme Charaudeau (2008), nessa visada, a apresentação de uma verdade não tem por pretensão ser a única versão de um fato, mas objetiva que a informação seja uma versão verossímil, para resolver uma questão de credibilidade. Nesse sentido, é preciso que se definam estratégias de autenticação dos fatos “com a ajuda de testemunhas e de documentos, de revelações com a ajuda de entrevistas, de enquetes, de debates polêmicos, de explicações sobre os porquês e sobre o como dos acontecimentos” (CHARAUDEAU, 2015, p. 14). Nas publicações de julho da *Ciência Hoje das Crianças online*, foi possível identificar 32 SDs que remetem à visada da informação. Segue um exemplo:

Coordenada pelo biólogo Andreas Keller, da Universidade Rockefeller, em Nova York, nos Estados Unidos, a pesquisa mostrou que o olfato é nosso sentido mais aguçado. Enquanto o olho humano conta com apenas três receptores capazes de identificar as cores vermelha, azul e verde, o nariz tem mais de 400 receptores olfativos que se combinam entre si para perceber os diferentes aromas. ‘As combinações possíveis são muito maiores, por isso sentimos mais cheiros do que enxergamos cores’, explica o pesquisador. (SD32 – Cheiro de descoberta – Saúde, 09/07/2014).

A visada da informação diz respeito ao narrar e explicar por parte do emissor da informação. A revista convoca uma fonte especialista para conferir autoridade e credibilidade ao que está sendo dito. Essas estratégias de autenticação do discurso podem dar-se de maneira direta ou por paráfrase.

Além da informação, para que o produto jornalístico tenha a chance de se diferenciar em meio ao mercado competitivo, é necessário utilizar-se de maneiras de captação, ou seja, do fazer sentir. É importante utilizar determinadas estratégias discursivas objetivando a captação e, por consequência, a fidelização do leitor.

Após a leitura de todos os fragmentos, categorizaram-se as estratégias de captação da seguinte forma: contato com o leitor (adesão, valorização, desafio, interação, aproximação, apelo, uso de imperativo); índice de pessoa verbal; figurabilidade¹¹; categorias da língua; uso da linguagem figurada; linguagem simplificada; hipótese;

¹¹ A figurabilidade, termo utilizado por Jacobi (apud Charaudeau, 2008), que, por sua vez, é encontrado nas leituras de Freud, refere-se aos procedimentos escrito-visuais que permitem compreensão direta sobre o que vem a ser tratado na sequência, como título, linha de apoio e intertítulo. Essas estratégias, essencialmente utilizadas pelo jornalismo, são também uma forma de captar a atenção do leitor, de acordo com Charaudeau (2008).

explicação¹²; identificação; pontuação. Cita-se, na sequência, uma ocorrência, a título de exemplificação:

Atenção por onde pisa! Você pode estar caminhando sobre 13 tipos de solos típicos de nosso país. (grifo da autora). (SD02 – Solos brasileiros – Meio ambiente, 01/07/2014).

No exemplo “Atenção por onde pisa!”, observa-se que o produtor do texto convoca a atenção do leitor. O uso do imperativo reforça a busca de contato com ele. Dessa forma, o autor oferece uma fluidez diferente à leitura do texto. Se o leitor estava lendo distraidamente, nessa SD a atenção desse é pleiteada. O imperativo reforça o objetivo de manter o leitor atento ao texto.

Com base em Benetti (2007), considera-se existir um efeito de direcionamento da leitura a um determinado sentido, mesmo que não haja garantia de que essa convergência vá de fato ocorrer. Portanto, ainda lembrando que o jornalista faz um cálculo sobre quem é o seu leitor, construindo-o e a ele orientando um conjunto estratégico de ações, acredita-se que a análise das SDs pôde explicitar pontualmente essas percepções.

Considerações finais

Os conteúdos publicados pela mídia ajudam na construção da realidade social. Por isso, o modo como as informações são divulgadas constitui uma preocupação para todos aqueles que com elas se relacionam, sejam os receptores dessa informação ou aqueles que a emitem. As diversas formas de informar também estão em consonância com o mercado jornalístico, que preza pela fidelização de seus leitores. Para que a matéria seja lida, esta necessita que alguém se identifique com ela, de que o conteúdo ali apresentado seja atrativo e promova o retorno do leitor ao veículo.

A principal razão de analisar a revista *Ciência Hoje das Crianças online* foi em buscar compreender, primeiro, como uma revista científica voltada ao público infantojuvenil informa e divulga ciência; segundo, quais estratégias o veículo utiliza como divulgador da ciência e formador de opinião, ativando e mobilizando o leitor.

A mídia, como catalisadora de assuntos que merecem tornar-se notícia ou que merecem ser ignorados, tem papel substancial nesse contexto. Acredita-se que este trabalho se mostra importante no sentido de possibilitar compreender como são as práticas

¹²Ao tratar do termo explicação, na visada da captação, remete-se ao uso de exemplo, de retificação, de retomada, que constituem estratégias de captação do leitor, pois o situam em um universo conhecido.

jornalísticas relacionadas à divulgação da ciência, principalmente para os mais jovens. É também por isso que há um apelo em entregar a notícia científica à sociedade de maneira que seja atrativa e promova o compartilhamento de ideias.

Uma das principais conclusões, ao final deste trabalho, é que o papel do jornalista, como divulgador da ciência, não se resume a traduzir um conhecimento, no sentido de trazer a linguagem do especialista, considerada difícil, a um público, mas, sim, em atuar como mediador desse conhecimento.

Com a análise aqui apresentada, é possível concluir também que o discurso da revista *Ciência Hoje das Crianças online*, no que tange às matérias jornalísticas publicadas na seção Notícias, é construído a partir das condições de duas visadas: da informação e da captação. Dessa forma, é válido afirmar que esse discurso é composto, especificamente, por uma mescla de discursos.

A partir do modo como as notícias são disponibilizadas pela revista, pode-se afirmar que cumprem o seu papel, ao trazer a informação para o leitor; da mesma forma, conseguem mobilizar seu interesse sobre o que é divulgado e, assim, fidelizar a audiência, ao dispor de recursos para atrair esse leitor.

Referências

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

CASTELFRANCHI, Y. Para além da tradução: o jornalismo científico crítico na teoria e na prática. In: MASSARANI, L.; POLINO, C. (Org.). **Los desafíos e la evaluación del periodismo científico en iberoamerica**: jornadas iberoamericanas sobre la ciencia em los medios masivos. Santa Cruz de la Sierra: AEI, RICYT, CYTED, SciDevNet, OEA, 2008. p. 10-20. Disponível em: <<http://www.vinv.ucr.ac.cr/docs/divulgacion-ciencia/libros-y-tesis/desafios-periodismo-cientifico.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2014.

CHARAUDEAU, Patrick (org.). Du discours de vulgarisation au discours de médiatisation scientifique. In: **La médiatisation de la science**. Clonage, OGM, manipulations génétiques. Col. Medias Recherches. Bruxelles: De Boeck-Ina, 2008, p.11-22 (Tradução do capítulo por Maria Eduarda Giering).

CHARAUDEAU, Patrick. **O discurso das mídias**. Tradução de A. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

FERREIRA, Rodrigo. **Jornalismo especializado - jornalismo científico**: análise crítica, estudo de casos e a construção de novos paradigmas e de um novo currículo disciplinar. [S.l., 2015?]. Disponível em: <<http://www.fnnpj.org.br/soac/ocs/viewpaper.php?id=172&cf=7>>. Acesso em: 23 jan. 2015.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

NAÇÕES UNIDAS. Assembléia Geral. **Declaração universal dos direitos humanos**. Adotada e proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembléia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948. Nova Iorque, 1948. Disponível em:

<http://portal.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm>. Acesso em: 21 mar. 2015.

PROJETO CIÊNCIA. AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DOS DIREITOS DA INFÂNCIA (ANDI); FUNDAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA (FUNDEP). **Projeto**: ciência, tecnologia e inovação na mídia brasileira. Belo Horizonte: Fundação de Desenvolvimento da Pesquisa (FUNDEP), 2009. Disponível em: <<http://www.andi.org.br/inclusao-e-sustentabilidade/publicacao/ciencia-tecnologia-inovacao-na-midia-brasileira>> Acesso em: 21 dez. 2014.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **O jornalismo especializado e a especialização periodística**. Estudos em Comunicação, Curitiba, v. 5, n. 1, p.115-133, maio 2009. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>>. Acesso em: 7 fev. 2015.

TOROK, Simon. Falar de ciência para crianças: algumas dicas. In: MASSARANI, Luisa (Ed.). **Ciência e criança**: a divulgação científica para o público infante-juvenil. Rio de Janeiro: Museu da Vida: Casa de Oswaldo Cruz: Fiocruz, 2008. p. 49-54. Disponível em: <http://www.museudavida.fiocruz.br/media/ciencia_e_crianca.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2014.