

Retórica no Imaginário da Divulgação Científica: Representações Contemporâneas na Produção de Verdades sobre Saúde e Vida¹

Anderson dos Santos MACHADO²
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS.

Resumo

A repetição continuada de mensagens nas chamadas de capa de revistas - no cruzamento entre os elementos gráficos e verbais - indica uma recorrência de práticas retóricas na divulgação científica, ao fazer emergir representações sociais a partir de figuras, analogias, metáforas ou clichês que, embora sutis, possam ser potentes e incisivos na sua função de convencimento. Observando esse contínuo sugestivo, podemos descrever estratégias de ordenamento de modos de conduzir a vida e o viver presentes no imaginário social contemporâneo, reproduzidas nas revistas de divulgação científica. Ao propor uma metodologia de análise, visamos a identificar como o papel das Biociências como dispositivo de produção de verdades quanto a determinadas formas de conduzir o corpo e a vida.

Palavras-chave: Divulgação Científica; Imaginário de saúde e vida; Biociências.

A ciência como cultura: representações sociais de saúde

A vitrine das bancas se destaca no espaço urbano da sociedade contemporânea como uma difusora de mensagens da produção voltada para comunicação de massa, difundindo publicações que alimentam e consolidam o imaginário social. Nesse cenário, a capa das revistas é reconhecida como um espaço nobre para criar um convite enfático (e eficaz) à leitura. Permeada de estratégia de retórica, de 'sedução', busca estabelecer o convencimento do leitor para a efetivação de sua relação com o produto revista e sua aquisição, seja pela compra do exemplar no ato ou pela fidelização por meio de assinatura em longo prazo³.

A mídia adquiriu na sociedade contemporânea um papel fundamental no processo de construção e circulação de repertórios imaginários⁴, sendo fluente entre o público, por conseguinte, influenciando o cotidiano das pessoas e atuando como um agente institucional

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Curso de Saúde Coletiva da UFRGS, email: andersonsmachado@gmail.com.

³ Relatos de vendedores de bancas de revistas de Porto Alegre - entrevistados informalmente pelo projeto que dá origem a este presente estudo ("A Ciência como Cultura no Mundo Contemporâneo: Divulgação Midiática de Saberes Científicos e Construção do Imaginário Social", desenvolvido no PPGCOL/UFRGS), constataram que muitas pessoas, ao cruzarem pela banca, acabam atraídas por alguma capa em especial, param e compram um exemplar. Em contraponto, os comerciantes apontaram ser menos frequente a efetivação da compra por aqueles que entram na banca à procura de alguma edição específica (LUZ et al., 2013).

⁴ LUZ, 2013.

organizador do espaço social⁵. Por mídia, também compreendemos uma dimensão contextual – temporal e espacial – na medida em que esses produtos são "fenômenos sociais com aspectos técnicos e comunicativos e propriedades estruturadas e estruturantes⁶". Contribui, portanto, para a solidificação e a divulgação de um tipo específico de identidade; esta promove um primeiro contato motivador de um tema, tendências, avanços científicos e tecnológicos, com o público leitor⁷.

A relação, no entanto, não se limita às trocas de mercado. Exposta em forma de cartaz, a vitrine das bancas formam um mosaico de capas de revistas, carregadas de imagens e palavras de comando que induzem a determinados comportamentos e tendências de vida. Nessa pletora de mensagens⁸ há uma oferta significativa de sentidos e normatizações sobre a vida e o viver, produzidas e reafirmadas no imaginário coletivo. O poder simbólico⁹ dessas mensagens é reforçado a cada mês com a chegada de novas edições, num 'diálogo' constante e cotidiano com outras enunciações.

A mídia, desse modo, se constitui num sistema cultural complexo, predominantemente simbólico¹⁰. O nível simbólico *estruturante da cultura*¹¹ constitui-se de *sentidos, signos e significados*, discursivos ou não, socialmente produzidos e partilhados, referentes ao conjunto de significantes culturais universalmente presentes. Embora portadoras de sentidos, as mensagens resultantes nem sempre são constituídas de palavras¹².

Nesse compartilhar de imagens e textos, são reforçadas representações sociais que difundem esquemas mentais coletivos e individuais, elaborados a partir das relações sociais vigentes, segundo Luz (1998). Condicionam desta forma, padrões de atitudes, sentimentos, ações e interações. Essas representações sociais são vividas pelos sujeitos humanos, o que

⁵ Bourdieu (2010) define *espaço social* como local de representação multidimensional e relacional da estrutura da sociedade, de acordo com o volume e estrutura do capital (econômico, cultural) em posse das diferentes classes sociais em conflito. Ultrapassa as concepções naturalizantes do conceito de mundo social, que tendem a coisificar entidades ou oposições conceituais - que para Bourdieu são apenas projeções dos valores e categorias dominantes do momento (classes, possuidores/despossuídos, povo...). Essa coisificação favorece a ignorância da verdadeira lógica da dinâmica social.

⁶ THOMPSON apud MEDRADO, 2000.

⁷ FREITAS, 1999.

⁸ LUZ, SABINO E MATTOS, 2012; luz et al; 2013.

⁹ Segundo Bourdieu (2010), o poder simbólico é o poder de constituir o dado pela enunciação, "de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo". Um poder quase mágico, que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário.

¹⁰ Os símbolos, segundo Bourdieu (2010), são instrumentos por excelência da 'integração social': enquanto instrumentos de conhecimento e de comunicação, eles tornam possível o *consensus* acerca do sentido do mundo social que contribui fundamentalmente para a reprodução da ordem social: a integração lógica é a condição da integração moral.

¹¹ LÉVI-STRAUSS, 2003.

¹² LUZ, et. al, 2013; LEVI-STRAUSS, 2003, EPSTEIN, 1985, BARTHES, 2007, JOLY, 1994.; MOLES, 2005

implica necessariamente num aspecto subjetivo, isto é, de absorção, interiorização e elaboração pelos sujeitos nas mais diversas situações de vida¹³. São também vividas por grupos, adquirindo também um aspecto objetivo, isto é, de natureza social coletiva, portanto, cultural, sujeito a historicidade da mudança.

Spink (1996) afirma que as *representações sociais* cobrem toda a gama dos domínios do agir, do pensar e do sentir, intercomunicando os planos psíquico e social dos sujeitos, criando laços estáveis. Numa teia simbólica, forma um conjunto de regras sociais estabelecidas, na sua diversidade e nas suas contradições. Não há univocidade de sentido nem homogeneidade de intenções e significados nesse conjunto de representações sociais em uma cultura dada¹⁴.

O *imaginário social* constitui, pelo simbólico, uma dimensão real da sociedade que mobiliza de maneira afetiva as ações humanas e legitima coletivamente essas ações. Durand (1993) define imaginário¹⁵ como um conjunto de imagens e relações de imagens que constitui o capital pensado do *homo sapiens* pela simbolização¹⁶. Já Maffesoli afirma que o imaginário se constitui pela ideia de fazer parte de algo, de partilhar uma filosofia de vida, uma linguagem, uma atmosfera, uma ideia de mundo, uma visão das coisas, na encruzilhada do racional e do não-racional. É também um estado de espírito de grupo¹⁷, de uma comunidade, promovendo um vínculo - um cimento social¹⁸.

Convencimento para uma saúde perfeita

A escala de categorias de revistas que abordam a temática da saúde é ampla, indo desde os semanários jornalísticos, que recorrentemente abrem importantes espaços para grandes reportagens sobre o tema, chegando aos títulos populares, onde "notícias" sobre

¹³ "Uma certa ambiguidade de imagens e sentidos permite, pelo contrário, o consentimento e a permanência em um número maior de membros da sociedade desta matéria prima da coesão social que são as representações sociais. Além disso, as representações nunca se apresentam isoladas, tendo a se associarem, formando corpo, isto é, constituindo *gestalts* simbólicas que tendem, por sua vez, a se transformar em concepções que se ancoram e solidificam nos diversos grupos e classes sociais, constituindo-se em verdadeiros sentidos comuns estáveis, de difícil transformação histórica" (LUZ, 1998).

¹⁴ LUZ, 1998.

¹⁵ O imaginário de que falamos não é o oposto do real, algo fantasioso ou imaginativo, mas sim o imaginário que está no âmbito das ideias, como projeção do real, processando a aceitação inconsciente, ou quase, de um modo de ser compartilhado pelos outros. Diferente do imaginado - projeção irreal que poderá se tornar real -, o imaginário emana do real, estrutura-se como ideal e retorna ao real como elemento propulsor. (SILVA, 2006)

¹⁶ DURAND, 1993; SILVA, 2012.

¹⁷ "... o grupo, na concepção de Maffesoli, é tomado como um indivíduo de múltiplas cabeças, um ente polissêmico, fraturado, mas de vontade praticamente única. (...)... o imaginário, tribal, retira o indivíduo da solidão para inseri-lo numa atmosfera de partilha. Assim, ao produzir sentido grupal, o imaginário só poderia ser a negação do indivíduo pela sua assimilação num todo aconchegante e orientador. A autonomia individual, porém, não desaparece, pois o imaginário não é um determinismo." (SILVA, J.M, 2006, p. 11-12).

¹⁸ MAFFESOLI, 2008 apud SILVA, 2006.

celebridades e novelas dividem espaço com dicas de nutrição e beleza. Claro que há o segmento que se constitui a partir desse campo, como as publicações específicas sobre estilo de vida e saúde, fitness e outras práticas esportivas, alimentação, medicamentos e patologias, entre outras¹⁹.

O corpo, enquanto máquina potente, passou a ser valorizado como capital a ser gerido e pelo qual devemos investir, e como tal, merecedor de um destaque recorrente por parte da mídia, que passou a acompanhar com uma maior frequência e abrangência as pesquisas geradas no campo das Biociências. Ao mesmo tempo, o corpo, enquanto biológico, é rejeitado e desprezado em sua organicidade e sua materialidade, o que encobre um concomitante desprezo por sua realidade e suas imperfeições.

Manifesta-se aí o imperativo de pureza e sacrifício por meio de práticas como restrições alimentares, exercícios físicos, cirurgias plásticas e procedimentos cosméticos. Um corpo fora desses padrões de autocontrole é encarado por aqueles que compartilham dessa ideologia como falha de caráter ou uma deficiência no manejo de si próprio, levando os indivíduos a autorreprovação pelo mínimo desvio de regras de autocontrole, mas encontra meios socialmente convincentes de se isentar da responsabilidade pela falta.

Aparecem neste processo sugestões de cuidado, medidas de segurança e noções de risco, bem como a garantia da proteção pela tecnologia e pela medicalização. São ideais que passaram a ser perseguidos como padrão nas relações sociais, com reflexos significativos nas dimensões individuais da vida humana, com o objetivo de obter melhor forma física, mais longevidade e o prolongamento da juventude. Criam-se inclusive modelos ideais de sujeito, baseados na performance física e se estabelecem novos parâmetros de mérito e reconhecimento pessoal.

Os corpos passaram, então, a ser alvo de preocupações e de controle social e respondem ao poder não mais de um soberano, mas a um poder disseminado nas instituições sociais, o biopoder, segundo Foucault. O autocontrole passa a ser uma virtude e sustenta o processo de individualização na medida em que torna o indivíduo cada vez mais responsável pelos riscos e contradições produzidos no ambiente em que vive, diminuindo proporcionalmente a responsabilidade e o espaço do “cuidar” do Estado nas sociedades disciplinares.

¹⁹ Os vendedores, por sua vez, procuram organizar essas publicações em painel – “cartaz” –, agrupando as publicações por temática. Eles relatam uma grande procura por materiais sobre “saúde” - entendendo-os, segundo categorização informal pelos leitores, como revistas que trazem receitas de emagrecimento, chás, substâncias e alimentos saudáveis de combate a doenças crônicas e o envelhecimento.

A retórica da imagem como estratégia de sugestionamento

Nesse contexto em que o mundo contemporâneo dá um valor considerável para o *universo simbólico* em suas relações, o ideal de saúde e vida ganhou uma potência que se alia à busca incessante pela máxima eficiência biológica e pela felicidade plena a todo o instante. Consolida-se por meio de representações sociais pós-modernas que reforçam a crença de uma utopia que vislumbra a saúde perfeita²⁰. O imaginário sobre as Biociências tende, então, a constituir-se em um conjunto complexamente sistematizado e híbrido de imagens, representações, palavras e ações construídos e socialmente partilhados²¹.

No entanto, é da *imagem* que muito do universo simbólico com o qual convivemos nos dias atuais está constituído. A fotografia, o jornal, o cartaz, o cinema e a televisão, sem mencionar a tela da internet, entre outros, constituem, pela imagem, uma nova forma de mundo exterior ao sujeito. Trata-se de um mundo totalmente artificial, embora construído pelo homem contemporâneo à nossa volta e que constitui a cultura²².

Joly (2005) define *imagem*²³ como um instrumento de comunicação - signo - que "exprime ideias" por um processo dinâmico de indução e de interpretação. Caracteriza-se pelo seu mecanismo - a analogia com o representado e seus diferentes aspectos - mais do que pela sua materialidade. Lembra que o uso corrente da palavra "imagem", remete prioritariamente para imagens visuais (televisão, pintura, cinema, fotografia, desenho, imagens digitais). Serve também para falar da "imagem de si", de "imagem de marca" e até "imagens mentais". Podemos compreender a imagem não por sua materialidade comum, mas por um modo de funcionamento comum, que consiste em retomar ou em fabricar como se retomássemos as qualidades do objeto ou associá-los ao objeto.

Podemos perceber que certas imagens associadas a palavras de ordem, estampadas nas capas, funcionam no sentido de sugerir e estimular, no leitor, a compra da revista, apesar de ninguém poder "obrigá-lo" a tal. A lógica da persuasão se impõe, sem que

²⁰ Sfez (1996) chamou utopia de saúde perfeita, materializada na cultura contemporânea em práticas, discursos e modelos de viver e de cuidado extremos com a saúde. Esse projeto sobre a vida e o viver insere-se nos mais diferentes campos da vida, seja na dimensão social, individual, biológica, econômica ou política. Mesmo quando esta ordem não está acionada expressamente (à revelia do discurso), ainda assim se identifica uma pré-disposição a esses padrões de condicionamento. São forças simbólicas introjetadas culturalmente potencializadas pela produção midiática. A partir da equivalência entre essência e aparência, os atributos corporais passaram a ser a própria identidade a exibir o que somos.

²¹ FOUCAULT, 1997; WEBER, 2004; BOURDIEU, 2010; LUZ E SABINO, 2013; DURAND, 1993.

²² MOLES, 2004, p.15.

²³ Na Antiguidade, Platão, se referia a imagem como "imitação medíocre da realidade, sombra imperfeita", Aristóteles como "imitação pela arte, pelo prazer, pela verdade". As religiões cristãs chamam de "ícones" às imagens religiosas independentemente da sua técnica. Imagens pintadas de Cristo, Virgem Maria, dos anjos e santos são objeto de culto. No Islamismo, a arte contém, a par da arte caligráfica e geométrica, imagens figurativas representando em abundância a natureza e seres animados, animais ou personagens. (JOLY, 2005)

percebamos, como um mecanismo para atender às necessidades que operam no mercado e são dominantes na sociedade atual.

A *retórica*²⁴ interfere na distribuição dos elementos simbólicos para potencializar *sugestionamentos* e *disparar comandos*²⁵. Possui um caráter indutor de atitudes, opiniões e comportamentos que nos direciona para o que nos convém ler e proceder²⁶. Luz et al. (2013) apontam três momentos em que o convencimento do público comprador acontece:

"[...] 1º pela “captura visual”, em que o olhar do futuro leitor é atraído para a imagem; 2º pela “sedução pelo olhar”, em que o leitor se volta para o conjunto palavra/imagem e dela “toma conhecimento”; 3º o convencimento retórico através da mensagem visual: o leitor acredita no que vê e quer se informar." (LUZ et. al., 2013).

O objetivo da retórica é produzir, na pessoa a quem se dirigir o discurso, um conjunto de convicções que induzirá certas condutas. A força argumentativa está no convencimento, independentemente do compromisso com a verdade ou com o dizer verdadeiro, na perspectiva de Foucault (2009). A retórica é um discurso eficaz que busca *constranger* o outro.

Os sentidos produzidos pela mídia, da mesma forma que pela divulgação científica, muitas vezes, são tomados como verdadeiros pelo público em virtude de uma correspondência, no senso comum, entre representação e verdade²⁷. Na prática dos profissionais de comunicação, há uma preocupação pela validação dos dados repassados pelas fontes, como garantia de credibilidade e de respaldo à veracidade da informação. Isso leva, no entanto, os repórteres e editores dar ampla importância a dados técnicos e estatísticos, supervalorizando as interpretações técnicas e especializadas, como se a precisão científica e matemática fosse a única forma de abordagem dos assuntos²⁸.

²⁴ A retórica era definida e praticada na Antiguidade como uma técnica/arte que concerne à maneira de dizer as coisas. Um conjunto de procedimentos que permitem a quem fala, dizer alguma coisa que não seja necessariamente verdadeiro ou nem mesmo aquilo que ele pensa. A retórica, segundo Aristóteles (1998), tem três finalidades principais: 1) influenciar a escolha; 2) influenciar o julgamento; 3) comover.

²⁵ DELEUZE e GUATTARI (1995) chamam palavras de ordem não uma categoria particular de enunciados explícitos (por exemplo, no imperativo), mas a relação de qualquer palavra ou de qualquer enunciado com pressupostos implícitos, ou seja, com atos de fala que se realizam no enunciado, e que podem se realizar apenas nele. As palavras de ordem não remetem, então, somente aos comandos, mas a todos os atos que estão ligados aos enunciados por uma "obrigação social".

²⁶ WELLER e BASSALO, 2011 apud LUZ et al., 2012.

²⁷ LUZ et al, 2013.

²⁸ MACHADO e COSTA, 2012.

Ciência, verdade e crença

A *ciência*²⁹, tomada como *dispositivo de produção de verdade*³⁰, também considera sua produção como “pura” do ponto-de-vista da verdade, em princípio só têm peso epistemológico e geram convencimento após o processo de experimentação/demonstração. Ao mesmo tempo, esta mesma ciência - influenciada por suas crenças, dogmas e ideologias enraizadas em princípios doutrinários - pode alimentar ainda seus processos de convencimento pela via discursiva da *retórica*³¹. Diminui-se assim o valor simbólico da *demonstração científica*, tida como fundamental pela tradição racionalista cartesiana, aproximando o caráter epistêmico da ciência ao da crença e da ideologia³².

Em meio a todo esse contexto de compartilhamento do conhecimento e do saber acadêmico, há a *divulgação científica*. Este gênero insere no cenário editorial das bancas de revista o que há de mais nobre no conhecimento científico produzido nas universidades - não apenas pelas Biociências. Voltadas a leitores leigos, em geral de “*boa educação*³³”, com nível superior³⁴, que dominam os mesmos conceitos e jargões técnicos e que frequentam espaços, ambientes ou acessa veículos especializados (congressos ou revistas científicas, por exemplo)³⁵.

Por divulgação científica entendemos a informação de ciência e tecnologia (C&T) produzida e publicada por cientistas/especialistas, no espaço da mídia, por meio de revistas. Tem como meta – às vezes explícita - a educação científica a partir do compartilhamento do conhecimento. No Brasil³⁶, a divulgação científica vem ganhando espaço principalmente

²⁹ LUZ et. al., 2013.

³⁰ Segundo Foucault (2000), o dispositivo de produção de verdade atua como um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Para Foucault, o dito e o não-dito são elementos básicos do dispositivo simbólico. O dispositivo é a rede que se pode tecer entre estes elementos. (LUZ, et al., 2013).

³¹ A força dos dispositivos *ideologia* e *crença* pode, no entanto, gerar também convencimento com uma magnitude igual ou até mesmo maior que a ciência enquanto processo de convencimento. (LUZ, et al., 2013)

³² LUZ, et al., 2013.

³³ Não há dados estatísticos na primeira fase da pesquisa quanto ao público-leitor (pesquisa de recepção), porém podemos observar que as revistas trazem conceitos e autores sem uma contextualização ao público não-iniciado no tema abordado. Além disso, são oferecidas leituras complementares que aprofundam ainda mais o conteúdo - sem intenção de aproximar os leitores não-universitários, como se propõe as revistas de comunicação de massa.

³⁴ LUZ et al., 2011; LUZ et al. 2013.

³⁵ BUENO, 2010; MELLO, 2010.

³⁶ As revistas de divulgação em ciência e tecnologia de maior prestígio no Brasil foram criadas a partir da década de 1980, como a *Ciência Hoje*, a *Superinteressante*, a *Galileu*, a Revista *Pesquisa FAPESP*, a edição brasileira da *Scientific American* e o relançamento da *Ciência e Cultura*, da SBPC. (BUENO, 2009)

pela criação de sociedades e grupos de fomento à pesquisa, que encontraram nas editoras um espaço importante para publicação especializada³⁷.

Vale diferenciar a *divulgação científica* do jornalismo científico³⁸, este produzido por jornalistas a partir de informações coletadas de fontes do campo científico (cientista, pesquisador ou, de maneira geral, um centro de produção de C&T – universidades, empresas e institutos de pesquisa)³⁹. Incorpora novos elementos jornalísticos ao processo de circulação de informações científicas e tecnológicas⁴⁰.

A mediação pelos jornalistas costuma aumentar o nível de ruídos com os cientistas, tornando o processo de jornalismo científico um ambiente tenso⁴¹. Cientistas acusam os comunicadores, de maneira geral, de imprecisão e de incapacidade de decodificar a informação com o mesmo rigor usado nas ciências, especialmente pelo uso de estratégias de linguagem como metáforas⁴² e analogias. Também consideram que a mídia privilegia a espetacularização da notícia em prol de melhores índices de audiência em detrimento da completude da informação. Com frequência, afirmam “não ter declarado” aquilo que aparece na mídia por entenderem que essas adaptações no discurso podem levar a erros e simplificações pela descontextualização dos processos⁴³.

Há, por outro lado, uma crítica por parte dos jornalistas quanto a dificuldade da comunidade científica em se comunicar com o público leigo, porque isto implica a necessidade alterar o nível do discurso e simplificar certos processos ou conceitos, com o

³⁷ BUENO, 2010.

³⁸ O jornalismo científico teve suas primeiras experiências ainda nos séculos XVI e XVII, porém o crescimento dos espaços dedicados às publicações de artigos científicos, em jornais, aconteceu paralelamente ao aumento do número de periódicos e revistas ligados ao assunto, principalmente, no período das duas grandes guerras do século XX, quando os jornalistas passaram a concentrar grande parte de seus relatos sobre ciências nas novas formas de tecnologias (BUENO, 2010).

³⁹ BUENO, 2010, p. 5.

⁴⁰ A quase totalidade dos periódicos jornalísticos especializados (agropecuária, informática, biotecnologia etc.) também foi lançada nos últimos 20 anos, como a *Globo Rural*. Muitos cadernos/editoriais de Ciência e Tecnologia dos nossos jornais também são posteriores à década de 1980. Ainda aparecem os programas de televisão, nesse mesmo período como o *Globo Rural*, *Globo Ciência*, e posteriormente, em especial nos anos 2000 com canais dedicados ao tema como *Discovery* e *NatGeo (National Geographic)*, entre outros, na TV por assinatura. (BUENO, 2009)

⁴¹ BUENO, 2001.

⁴² Pierce percebeu que "a metáfora não como uma figura verbal, mas com um mecanismo, como um processo de substituição, pondo em relação uma proposta explícita - ou revelada - posta em concordância com uma proposta implícita - ou não revelada - e mantendo com aquelas relações de paralelismo qualificativo, ou de comparação implícita. Um processo que trabalha de novo para a analogia qualitativa (como a imagem), mas desta vez de maneira implícita e comparativa" (JOLY, 2005, p.51).

⁴³ BUENO, 2001; MELO, 2010.

que nem sempre os cientistas concordam. Uma linguagem mais complexa, pode inclusive a levar a uma "não-comunicação"⁴⁴.

Também é necessária uma distinção da *divulgação científica* da difusão científica (ou ainda comunicação científica). A *difusão científica* compartilhada a produção acadêmica em periódicos dedicados a pequenos grupos de pares (*peer groups*), que partilham objetos de pesquisa⁴⁵. São publicações voltadas para especialistas familiarizados com os temas, os conceitos e o próprio processo de produção em ciência⁴⁶. É pela difusão científica que a produção dos pesquisadores é tomada como matéria-prima para o desenvolvimento científico, e segue rigores e ritos característicos do modelo acadêmico.

Metodologia para análise da retórica da imagem nas capas de revistas

As capas das revistas impressas, com suas imagens e legendas, assumem assim um caráter indutor, sugerindo a leitura e a compra do exemplar do periódico. Constitui-se em um conjunto de signos que nos sugere o que devemos ler, fazendo uso de expressões textuais e elementos gráficos utilizados nas suas chamadas, em conjunto com as fotos estampadas, fazendo menção direta ao núcleo do tema central do artigo no interior da revista, atuando na captação do interesse do leitor.

Propusemos, então, que a interpretação desta retórica buscasse um procedimento metodológico no qual a questão da veracidade do conteúdo discursivo da mensagem, isto é, sua “verdade” ou “inverdade” não fosse o objetivo da análise, cientes que as análises clássicas de conteúdo não respondem às questões de análise de retórica⁴⁷. Entendemos que não são apenas as palavras que direcionam a aproximação com os temas propostos em cada edição. As imagens estampadas, juntamente com as palavras que as reforçam, criam um processo de afirmação do poder simbólico palavra/imagem que induz o convencimento do leitor. É essa simbiose que reforça no possível leitor que o quê está sendo dito e mostrado é digno de crédito e deve ser obedecido pelo mesmo enquanto consumidor⁴⁸. Este processo discursivo carrega de modo despercebido um processo de convencimento que denominamos *retórica de imagens*, vendo o todo imagem/palavra em simbiose simbólica.

⁴⁴ BUENO, 2011.

⁴⁵ LUZ et al, 2011.

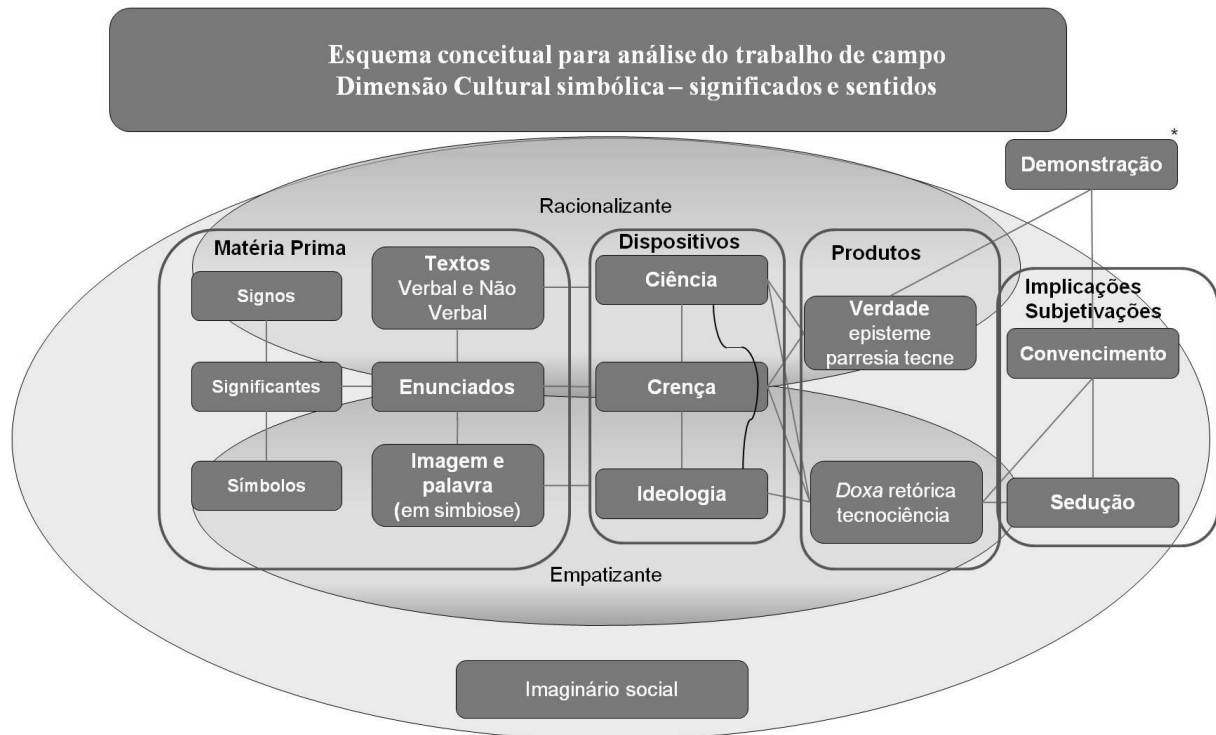
⁴⁶ BUENO, 2010.

⁴⁷ Reforçamos que nos interessa é a abordagem analítica a partir da observação do fenômeno, no caso a representação social presente nas capas, para entender melhor o processo de convencimento gerado a partir da retórica empregada na divulgação científica, tendo como materialidade analítica desse processo a composição imagem e palavra das capas da revista selecionada para o estudo.

⁴⁸ BOURDIEU, 2010.

As imagens, núcleo de nossa análise, podem denotar referência a signos culturais importantes, aliando-se a palavras que funcionam com certos sentidos, em mútuo reforço de mensagens, objetivando ser um discurso convincente sobre o viver, isto é, de ser uma retórica discursiva da vida. Neste estudo, caracterizamos o conjunto de dispositivos de produção de verdade como *ciência, ideologia e crença*, todos atuando como processadores estruturais da matéria-prima simbólica, constituída tanto por elementos de linguagem (texto verbal e não-verbal, enunciados e imagem/palavra) e semióticos (signos, significantes e símbolos). Sugerimos, que a matéria-prima simbólica, ao ser processada pelos diferentes dispositivos, assume diferentes configurações, que pode ser colocada no lugar de *produção da verdade*: episteme, parresia e tecne; ou, no plano de *produção da doxa*: retórica e tecnociência. (LUZ et al, 2013).

Figura 1 - Esquema Conceitual de Análise da Dimensão Simbólica⁴⁹



Os produtos científicos vistos como “puros” do ponto-de-vista da verdade, em princípio só têm peso epistemológico e geram convencimento após o processo de experimentação/demonstração. Porém a força dos dispositivos produtores de ideologia e crença pode gerar convencimento com uma magnitude igual ou mesmo mais intenso e firme

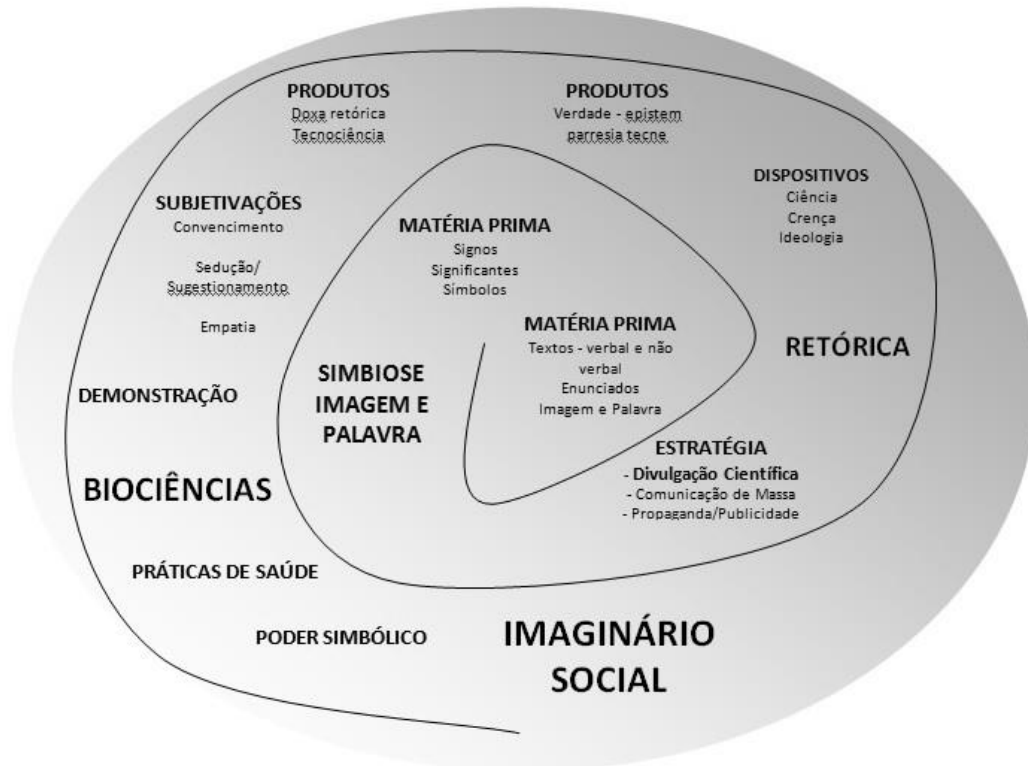
⁴⁹ Esquema elaborado por Madel Luz, Anderson Machado, Rafael Dall’Alba e Mayna de Ávila. Fontes: BARTHES, 2007; LUZ et al., 2013; LUZ, SABINO e MATTOS, 2012; SFEZ, 1986, MOLES, 2005, ARISTÓTELES, 1998; JOLY, 2007, EPSTEIN, 1985.

que a ciência enquanto processo de produção de verdades. Cabe ressaltar, que a ciência como saber, influenciada por crenças, dogmas e ideologias - enraizadas em princípios doutrinários - pode alimentar a via discursiva pela retórica, e seus processos de convencimento, diminuindo assim o valor simbólico da demonstração científica, tida como fundamental pela tradição racionalista cartesiana. Aproxima-se assim, o caráter epistêmico da ciência ao da crença e da ideologia, que conduz ao convencimento, através da dinâmica discursiva do mesmo: a retórica.

Reconhecemos a simbiose imagem/palavra como geradora de mensagens carregadas de recursos retóricos. Estes, usados como estratégia na divulgação científica servem de dispositivo produtor de verdades. Procuramos identificar, então, se essa estratégia de convencimento, sedução ou empatia, superaram a necessidade de comprovação/demonstração científica. Esses elementos são sugestivos, do nosso ponto de vista, dos modos de ver, interpretar e intervir por parte das Biociências quanto à saúde e à vida, intensificando o poder simbólico desse campo sobre o imaginário social ao consolidar e destacar representações sociais típicas.

Diante disso, elaboramos para o mesmo uma figura ilustrativa do trajeto metodológico que compõe, ao cabo, uma proposta de caminho metodológico que contemple as etapas que vão constituir o processo de análise da retórica, conforme a figura 2.

Figura 2 - Caminho Metodológico da Coleta e Análise das Palavras-Imagens⁵⁰



A análise passa pela coleta e observação da matéria-prima simbólica, no que tange aos elementos verbais e não-verbais (enunciados, imagem e palavra), bem como elementos semióticos (signos, significantes, símbolos), constituindo assim uma mensagem que chamamos de simbiose imagem e palavra. Dessa simbiose, pretende-se observar as estratégias de divulgação (científica, comunicacional, propaganda).

Tomamos então a retórica como forma de mobilização ao convencimento. Esse modo discursivo se constitui como capital simbólico que consolida os dispositivos de produção de verdade (ciência, crença e ideologia). Os produtos que podem ser gerados desses dispositivos estão a verdade (epistem, parresia, tecne), bem como a doxa (retórica, tecnociência). A partir desses elementos discursivos, passamos a identificar também quais são as subjetivações derivadas dessa produção de verdades, tendo o convencimento, a sedução, sugestionamento e empatia como possibilidades de mobilização geradas a partir da ação retórica. No caso das ciências, a demonstração entra como um elemento importante para consolidar o valor de verdade da informação produzida, consolidando o papel da racionalidade científica como instância reconhecida como fonte privilegiada do conhecimento estruturado.

⁵⁰ Esquema montado por Anderson Machado e apresentado inicialmente em artigo submetido à Revista Interface. Fontes: LUZ, et al., 2013; LUZ, 2004; LUZ, SABINO e MATTOS, 2012; BARTHES, 2007; SFEZ, 1996.

Feito esse contexto, cabe analisar o papel das Biociências e suas características como campo de conhecimento que possui um modo próprio de produção de saberes e práticas sobre a saúde, tendo o corpo biológico e suas estruturas como elemento base para suas condutas e abordagens. Essa produção está diretamente ligada à produção de práticas de saúde. Por fim, podemos chegar ao ponto de avaliar o poder simbólico dessa mensagem e o sua força para construir e consolidar representações sociais no imaginário social e dessa forma, demonstrar as características dessa produção de sentidos como forma de convencimento pela retórica das imagens.

Percorrendo essas etapas na análise, pode-se estabelecer a proposição de análise que possa descrever as diferentes dimensões na qual os elementos simbólicos da capa podem agir em conjunto para a produção de sentidos que disparem mensagens de sugestimento de modos de conduzir a vida e o viver.

Considerações finais

A metodologia aqui relatada caracteriza-se por ser uma proposta interdisciplinar, entre Comunicação Social, Saúde Coletiva e Sociologia visa a estabelecer um meio inovador de abordagem das estratégias de convencimento das Biociências sobre modos de conduzir a vida e o viver.

A força do sugestimento dessa produção de sentidos não ocorre de modo pontual, embora cada capa contenha em si mesma uma força considerável de convencimento. O que de fato vai permitir uma alimentação considerável do imaginário é o gradativo ordenamento dos elementos simbólicos em mensagens, que se constitui através da retórica da imagem, que levam ao convencimento e à interiorização das mesmas.

Percebemos ao construir esse caminho metodológico de análise da retórica da imagem que o sugestimento sutil não seria perceptível se determos apenas na análise isolada de cada capa, em seus elementos gráficos e textuais. A sutileza do contínuo e repetitivo compartilhar de mensagens indutoras sobre o modo de conduzir a vida pode aparecer quando elevamos as capas a um espaço onde o simbólico está presente. Submetendo essas capas à análise da retórica das imagens, entendemos que seja possível descrever o processo de divulgação das biociências e seu papel como dispositivo de produção/reprodução de verdades.

Entendemos que, metodologicamente, nos interessa muito mais o “tom convincente” do discurso que a veracidade de seu conteúdo, seja em termos informativos, comunicativos ou ideológicos. Tampouco estamos interessados em fazer uma análise linguística estrutural

clássica, com uso de semiótica. Interessa-nos compreender como a simbiose imagem/palavra sobre vida, saúde e doença exerce convencimento sobre os sujeitos, originado da retórica das revistas de divulgação científica.

Por entender que Saúde passa por instâncias de relações e subjetividades dos indivíduos, aspectos institucionais de promoção e acolhimento, além da valorização da participação dos usuários nestes processos além de ser protagonista do seu próprio cuidado, faz-se relevante à análise do papel simbólico da divulgação científica das Biociências. Nesse contexto, a Comunicação se coloca como importante suporte ao campo da Saúde Coletiva para o pensar e produzir saúde com foco no usuário e nas suas relações nas mais diferentes instâncias.

REFERÊNCIAS

- ARISTÓTELES. **Rhétorique**. Paris: Gallimard; 1998.
- BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.
- BUENO, W.C. **Jornalismo científico no Brasil: os desafios de uma longa trajetória**. In PORTO, CM., org. *Difusão e cultura científica: alguns recortes*. Salvador: EDUFBA, 2009.
- , Comunicação Científica e Divulgação Científica: Aproximações e Rupturas Conceituais. *Inf. Inf., Londrina*, v. 15, n. esp., p. 1 - 12, 2010.
- CANGUILHEM, G. **Normal e Patológico**. In: CANGUILHEM, G. *conhecimento da vida*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil Platôs: Capitalismo e Esquizofrenia**, v.2 São Paulo: Editora 34, 1995.
- DURAND, G. **A imaginação simbólica**. Lisboa: Edições 70, 1993.
- EPSTEIN I. **O signo**. São Paulo: Atica; 1985.
- FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 16ª. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2000.
- FREITAS, R. **Corpo e consumo: a estética carioca**. In. VILLAÇA, N.; GÓES, F.; KASOVSKI, E. (Orgs.). *Que corpo é esse? Novas perspectivas*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.
- JOLY, M. **Introdução à Análise da Imagem**. Lisboa: Papyrus, 1994.
- , **Imagem e os signos**. 2005. Lisboa: Edições 70, 2005.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia Estrutural**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.
- LUZ, M.T. *Natural, Racional, Social: Razão Médica e Racionalidade Científica Moderna*. Rio de Janeiro: CAMPUS, 1997.

- . **Instituições Médicas nos Jornais.** In: As instituições médicas no Brasil: instituições e estratégia de hegemonia. 2a.ed. Porto Alegre: Rede UNIDA, 2013.
- . **O Impacto da Epidemia de HIV/AIDS nas Representações Sociais.** In Saúde, Sexo e Educação, Rio de Janeiro, v. VI, n.13, p. 6-11, 1998.
- LUZ, MT. et al. Contribuição ao estudo do imaginário social contemporâneo: retórica e imagens das biociências em periódicos de divulgação científica. Botucatu: Interfaces, v.17, n.47, p.901-12, out./dez. 2013.
- . A ciência como cultura no mundo contemporâneo: divulgação midiática de saberes científicos e construção do imaginário social. Projeto de Pesquisa submetido a Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.
- LUZ, M.T.; SABINO, C.; MATTOS, R.S. A Ciência como cultura do mundo contemporâneo: a utopia dos saberes das biociências e a construção midiática do imaginário social. Porto Alegre: Sociologias, v.15, n.32, p.236-54, 2013.
- MACHADO, A., DA SILVA, V.. Além do informar: a comunicação social a serviço dos processos de promoção em saúde e das redes de gestão e atenção. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde, Brasil, 2012.
- MAFFESOLI, M. **O imaginário é uma realidade.** Famecos, v.1, n.15, p.74-81, 2001.
- MEDRADO, B. **Textos em cena: a mídia como prática discursiva.** In: SPINK, M.J. (Org.). Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2000. P.243-71.
- MELLO, G. **Revista Mente e Cérebro: A Midiatização do Discurso Médico.** Monografia de Conclusão de Curso. Santa Maria: Unifra, 2010.
- MOLES, A. **O cartaz.** São Paulo: Perspectiva, 2005.
- NOGUEIRA, MARTINS E BOGUS. Considerações sobre a metodologia qualitativa como recurso para o estudo das ações de humanização em saúde. Saúde e Sociedade v.13, n.3, p.44-57, set-dez 2004.
- SILVA, J.M. **As tecnologias do Imaginário.** Porto Alegre: 2ª ed., Sulina, 2006.
- SILVA, G. **O Imaginário, o sensível e o jornalismo.** In: CASTRO, G. de (org.). Mídia e Imaginário. São Paulo: Annablume, p. 93-111, 2012.
- SFEZ, Lucien. **A saúde perfeita: crítica de uma nova utopia.** 7ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 1996.
- SPINK, M.J. Representações Sociais: Questionando o Estado da Arte. Psicologia e Sociedade. São Paulo: v.8, n.2, julho-dezembro 1996, pp. 166-186.
- WEBER, Max. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo.** São Paulo: Companhia das Letras, 2004. .
- WELLER, W.; BASSALO, L.M.B. **Imagens: documentos de visões de mundo.** Sociologias, v.13, n.28, p.284-314, 2011.