



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO**

**JORNALISMO E CIÊNCIA:
A APROPRIAÇÃO DO DISCURSO CIENTÍFICO PELA
REVISTA SUPERINTERESSANTE**

ALINE LIMA E SILVA

**FORTALEZA
2013**

ALINE LIMA E SILVA

JORNALISMO E CIÊNCIA:
A APROPRIAÇÃO DO DISCURSO CIENTÍFICO PELA
REVISTA SUPERINTERESSANTE

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, sob a orientação do Prof^ª. Dr^ª. Maria Aparecida de Sousa.

FORTALEZA
2013

ALINE LIMA E SILVA

JORNALISMO E CIÊNCIA:
A APROPRIAÇÃO DO DISCURSO CIENTÍFICO PELA REVISTA
SUPERINTERESSANTE

Esta monografia foi submetida ao curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel.

A citação de qualquer trecho desta monografia é permitida desde que feita de acordo com as normas da ética científica.

Monografia apresentada à Banca Examinadora:

Prof^ª. Dr^ª. Maria Aparecida de Sousa (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Daniel Dantas Lemos (Membro)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^ª. Dr^ª Maria Silvana Militão de Alencar (Membro)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

FORTALEZA
2013

AGRADECIMENTOS

Para que este ciclo universitário pudesse acontecer contei com o apoio de pessoas fundamentais na minha vida. Pessoas estas que sempre estiveram ao meu lado nas necessidades, investindo no que fosse possível para que eu sempre buscasse realizar meus sonhos e objetivos, ou me deram oportunidades fundamentais para minha aprendizagem.

Em primeiro lugar, agradeço minha mãe, Valdenira Pinheiro de Lima Silva, por sempre estar ao meu lado e me orientar a tomar as melhores decisões. Sei que ter os filhos formados na área desejada é um de seus sonhos e, por isso, dedico esta conquista a ela. Agradeço pelo cuidado que tem comigo e com meu irmão, instigando-nos a buscar nossos sonhos, e por todo apoio e força nos momentos difíceis pelos quais passamos.

Ao meu irmão Raul Lima pela amizade que me é tão cara. Agradeço pela compreensão enquanto produzia este trabalho, período em que precisei “dominar” o computador. Por todas as conversas, conselhos e apoio que dedica a mim.

Às minhas tias maternas Vanda, Vanderlene, Valdelice e Valdenilda por também cuidarem de mim como verdadeiras mães. Agradeço pelo apoio e dedicação em todos os momentos. Por sempre fazerem o possível para que eu consiga realizar importantes conquistas. Agradeço aos tios José Frota, Antônio Luis e Aéliton Vitorino pelo apoio e pela ajuda. E também aos meus primos Igor Prata, Ivina Almeida, João Lucas Frota e Iuri Prata pelos momentos divertidos que sempre passamos juntos.

Ao meu padrinho Weima Bezerra por todo apoio e investimento na minha educação. Agradeço por patrocinar também um momento muito especial para mim, importantíssimo para meu crescimento pessoal e profissional.

Agradeço aos meus tios Rosângela Neri e Bersange Galdino que jamais deixaram de estar presentes na minha vida, embora a distância física entre nós. Obrigada pelo apoio, preocupação e por torcerem por mim. Também agradeço muito por nos ajudarem sempre que precisamos.

À Fábila Willems e ao Manfred Willems, pessoas muito queridas e especiais. Agradeço por me inspirarem a aprender alemão, participarem de um dos momentos mais incríveis que vivi até agora e pelo apoio.

Agradeço ao Jefferson Rodrigues e à Jeane Alves por serem amigos tão valorosos. Pelas conversas únicas, momentos divertidos, apoio aos meus sonhos e por

estarem sempre presentes na minha vida. Por acreditarem na minha capacidade e sempre me lembrarem disso. Agradeço à Jeane pelo suporte a este trabalho, com orientações fundamentais para que ele se concretizasse.

Agradeço também às amigadas que construí ao longo do curso. Nina Ribeiro, Aline Moura, Fernando Wisse, Gabriela Alencar e Ingrid Matela são amigos especiais com quem sempre pude contar e vivi bons momentos durante a graduação. Agradeço por todo aprendizado que tive com vocês.

À Universidade Federal do Ceará pelo ensino de qualidade que tive. Aqui pude conviver com os mais diferentes pontos de vista o que foi fundamental para meu crescimento pessoal. Dentre os professores com quem tive o prazer de estudar, agradeço ao Agostinho Gósson e ao Ronaldo Salgado por me fazerem mais deslumbrada com o Jornalismo, confirmando minhas expectativas quanto à profissão, sem perder a criticidade em relação a ela.

Ao professor Jamil Marques com quem aprendi a ter um olhar mais crítico, não só em relação ao campo de conhecimento, mas ao mundo em si. Agradeço também ao professor Riverson Rios por todas as conversas ao longo do curso. A Universidade não seria a mesma sem as orientações que recebi sobre viagens e planos acadêmicos e trocas de conhecimentos sobre estudo de idiomas.

À minha orientadora Cida de Sousa com cujas orientações pude contar para a idealização e concretização desta pesquisa e apresentação de trabalho em congresso. Agradeço pela paciência e por sempre acreditar no meu potencial.

À Regina Ribeiro por me dar a primeira oportunidade de estágio na Fundação Demócrito Rocha. Lá tive a oportunidade de iniciar no mercado de trabalho e conhecer pessoas muito especiais que foram importantes no meu crescimento. Agradeço também por sempre me apoiar no meu trabalho, embora o tempo não permita que estejamos em constante contato.

Por fim, agradeço à Caruena Brilhante, ao Plínio Bortolotti e ao Felipe Lima por me darem a oportunidade de estagiar em três diferentes áreas do jornalismo. Minha passagem por cada um dos lugares foi repleto de aprendizagens fundamentais para meu crescimento profissional. Além de vivenciar o dia a dia em uma assessoria e importantes meios de comunicação do Ceará, fiz importantes amigadas em cada local de trabalho.

A todos aqui citados meu muito obrigado!

RESUMO

Os campos sociais correspondem às diversas instituições na sociedade, responsáveis por formar discursos e práticas dentro de um domínio específico. Esses campos estão em constante relação, de modo que um se projeta no outro de acordo com a força que têm. Este é o caso do campo científico e o jornalístico, estudados neste trabalho. A relação entre ambos, concretizada no jornalismo científico, é alvo constante de críticas devido às diferenças existentes no modo de produção dos dois. Desta forma, este trabalho dedicou-se a estudar como que o jornalismo utiliza o discurso da ciência na construção das linguagens verbal e visual das capas das 14 edições da Revista Superinteressante, publicadas durante o ano de 2012. Para isso, foram utilizados os conceitos trabalhados na Análise do Discurso de linha francesa, tendo como base os autores Maingueneau e Charaudeau. A análise foi orientada de acordo com as marcas enunciativas encontradas no *corpus*, também levando em conta o contexto, ethos, índices e a relação entre o enunciador e coenunciador.

Palavras-Chave: Análise do Discurso; Campos Sociais; Jornalismo Científico; Superinteressante

ABSTRACT

The social fields correspond to different institutions in society which are responsible for building discourses and practices inside a specific domain. These fields are constantly interrelated so that one projects the other according to its power. This is what happens to the scientific field and the journalism, studied in this work. The relation between both, materialized in the scientific journalism, is constantly criticized because of the differences in the way of their production. By this mean, this research is aimed to study how journalism uses the scientific discourses to build verbal and visual languages in the 14 Superinteressante magazine`s covers, published in the year 2012. This work was developed with the theoretical concepts of discourse analysis from French School, particularly the ideas of Maingueneau and Charaudeau. The analysis was oriented according to the utterance marks found in the corpus, considering the context, ethos, indexes, and the relation between enunciator and coenunciator.

Key Words: Discourse Analysis; Social fields; Scientific Journalism; Superinteressante.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Edição 302 (março/2012)	46
Figura 2 – Edição 304 (maio/2012)	46
Figura 3 – Edição 305 (junho/2012)	46
Figura 4 – Edição 309 (setembro/2012)	46
Figura 5 – Edição 311 (novembro/2012)	47
Figura 6 – Edição 312 (dezembro/2012)	47
Figura 7 – Edição 309 (setembro/2012 – parte interna)	50
Figura 8 – Edição 300 (janeiro/2012)	53
Figura 9 – Edição 301 (fevereiro/2012)	53
Figura 10 – Edição 303 (abril/2012)	53
Figura 11 – Edição 306 (julho/2012)	53
Figura 12 – Edição 307 (agosto/2012)	54
Figura 13 – Edição 308 (agosto/2012)	59
Figura 14 – Edição 313 (dezembro/2012)	59
Figura 15 – Edição 310 (outubro/2012)	62

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1 – CIÊNCIA E COMUNICAÇÃO: A TEORIA DOS CAMPOS SOCIAIS	12
1.1 Uma breve compreensão do fazer científico	13
1.2 O fazer jornalístico.....	17
1.2.1 Os princípios do jornalismo.....	19
1.2.2 Jornalismo como campo de conhecimento.....	21
CAPÍTULO 2 – JORNALISMO CIENTÍFICO: O ENCONTRO DE DOIS CAMPOS	23
2.1 O jornalismo especializado em ciência.....	24
2.2 O jornalismo científico no Brasil.....	27
2.3 A Revista Superinteressante.....	29
2.3.1 O estilo jornalístico da Superinteressante.....	31
CAPÍTULO 3 – O DISCURSO CIENTÍFICO PRESENTE NAS CAPAS	33
3.1 A enunciação e as marcas enunciativas.....	37
CAPÍTULO 4 – OS TÍTULOS: UMA ESCOLHA METODOLÓGICA	40
CAPÍTULO 5 – ANÁLISE DO CORPUS	44
5.1 Contraposição ao senso comum.....	44
5.2 Otimismo e a busca pela perfeição.....	52
5.3 Futuro.....	58
5.4 Relação entre homem e animais de estimação.....	61
CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
REFERÊNCIAS	65

INTRODUÇÃO

Embora de extrema importância, a divulgação de ciência e tecnologia no Brasil ainda não recebe os investimentos necessários. Segundo Oliveira (2010), pesquisas realizadas já mostraram que os brasileiros estão cada vez mais interessados na área, mas ainda assim os avanços conquistados ficam restritos a determinados círculos, de modo que os resultados científicos e tecnológicos continuam distantes da vida diária das pessoas.

A Ciência e a Tecnologia são fundamentais para o conhecimento da sociedade uma vez que tem consequências comerciais, burocráticas, estratégicas e políticas. A cultura científica é o que permite o eleitorado a exercer plenamente a cidadania ao ter condições de apoiar ou não propostas dos representantes em um governo democrático. A importância do jornalismo científico está além da simples cobertura de assuntos específicos à área, pois o conhecimento científico ajuda a compreender melhor qualquer acontecimento de interesse jornalístico.

Este trabalho foi dividido em cinco partes com o objetivo de compreender como o jornalismo científico se apropria do discurso da ciência para compor os títulos e chamadas referentes à reportagem de capa. Para isso, a revista Superinteressante foi escolhida como objeto de estudo devido à importância na história de divulgação científica no país, sendo uma das principais publicações especializadas em ciência e com maior alcance.

O primeiro capítulo estuda os campos de conhecimento da ciência e do jornalismo, a partir da teoria dos campos sociais segundo as explicações de Rodrigues (2001). De acordo com o autor, cada instituição social corresponde a um campo que estão em constante relação, projetam-se uns nos outros. O funcionamento e como constroem seus discursos e gestos é o que vai determinar a força diante dos outros campos. A partir daí, foi estudado como se comporta o campo científico e jornalístico, levando em consideração também a história de cada um.

O capítulo seguinte ficou responsável por abordar o jornalismo científico em si, no qual ocorre a união entre os campos da ciência e dos meios de comunicação. A partir deste estudo observou-se a dificuldade na interação entre os dois campos o que gera diversas críticas quanto ao produto final. Para compreender melhor o funcionamento dessa especialização do jornalismo, foi realizado um apanhado histórico desde os primórdios da divulgação científica, entre os séculos XVI e XVII, até os dias atuais.

Já nesta etapa, o *corpus* deste trabalho (a revista Superinteressante) é apresentado considerando aspectos históricos e o estilo jornalístico. A publicação foi escolhida para análise devido a grande importância que tem para a divulgação científica no país. Caracterizada por uma linguagem simples e diagramação atraente, a revista conta com uma tiragem de 410.207 exemplares e já ganhou diversos prêmios pelas reportagens e infográficos.

Para a realização desta pesquisa, utiliza-se como metodologia a Análise do Discurso de linha francesa, cujos conceitos são apresentados no terceiro capítulo. O conceito de discurso foi trabalhado a partir dos teóricos Maingueneau (2011) e Charaudeau (2009), com destaque para os conceitos de condições de produção, efeitos e valor de verdade e ethos. Em seguida, o estudo fica mais direcionado para a enunciação em si e as marcas enunciativas, por meio das quais a pesquisa foi orientada. Para embasamento teórico, utiliza-se a pesquisa de Sousa (1997) que trouxe o teórico Benveniste para uma melhor explicação dos conceitos.

O quarto capítulo está direcionado para a metodologia deste trabalho. Nele há uma atenção maior para os títulos, estudados segundo os conceitos de Pozzo (2009) e Sousa (1997), a partir dos teóricos Verón (1986), Mouillaud (1997). Por fim, a última parte é dedicada à análise do *corpus*, referente às capas das edições publicadas em 2012 da Superinteressante, correspondendo a um total de 14 números. Para isso, utiliza-se todo o embasamento teórico visto nos quatro capítulos anteriores.

CAPÍTULO 1 - CIÊNCIA E COMUNICAÇÃO: A Teoria dos Campos Sociais

Cada instituição presente na sociedade corresponde a um campo social que determinará atos de linguagem, discursos e práticas corretos dentro de um domínio de competência específico. Ele compõe esferas de legitimidade de modo que esta legitimidade faz com que o campo social ocupe o lugar de um sujeito de enunciação, ou seja, a eles serão atribuídas ações e falas, como em expressões do tipo “a família exige”, “a economia deve e exige” e “a política impõe”. Deste modo, o religioso, a família, militar, político, científico e econômico são exemplos de campos sociais e compõe esferas de legitimidade.

A legitimidade dos campos sociais é responsável por institucionalizar os valores, definidos por Rodrigues (2001) como objetivos almejados por um indivíduo e, para alcançá-los, é preciso renunciar algo. Seguindo essa premissa, uma instituição social é uma hierarquia ordenada de valores.

Um valor é, por conseguinte, tanto mais elevado quanto maior for o número e a importância dos comportamentos a que os agentes e os atores estão dispostos a renunciar para os atingir e/ou preservar. Esta a noção sociológica de valor é uma noção relativa e sujeita por isso a alterações de uma sociedade para a outra e de uma época para a outra. (RODRIGUES, 2001, p. 145)

O campo social é instituído por meio de discursos e gestos proferidos publicamente em determinado tempo e espaço os quais divergem dos momentos cotidianos. Isso porque a função original dos discursos e gestos instituídos em um campo social irá perder essa funcionalidade para ganharem uma nova forma simbólica e, conseqüentemente, transformar-se em forma de visibilidade do campo social que os apropriou. Estes gestos e discursos seriam, então, a marca do campo social, as características que o identificasse.

Os campos sociais não atuam de forma isolada, mas estabelecem relações entre si. Rodrigues (2001) explica que a coexistência de cada um deles faz com que a força de suas respectivas formas simbólicas, chamadas pelo autor de processos rituais, e ordens axiológicas¹ sejam divididas, de modo que um se projete no outro.

A estes reflexos damos o nome de dimensões. É por isso que podemos encontrar, por exemplo, no campo político dimensões religiosas, militares,

¹ Axiologia: Estudo ou teoria dos valores (morais e éticos) predominantes em determinada sociedade.

econômicas, que o campo religioso integra dimensões políticas, econômicas, pedagógicas, terapêuticas. Trata-se de outras tantas maneiras de dizer e de agir metaforizadas, transpostas, por conseguinte, de campo para campo, com efeitos específicos de eficácia funcional, de suplência, de visibilidade, de coerção. Um campo é aliás tanto mais forte quanto mais conseguir impor aos outros campos a sua axiologia e quanto maior for o número de campos em que conseguir projetá-la. (RODRIGUES, 2001, p. 149)

Em um estudo mais voltado para a mídia, o autor define o campo dos *media* aquele cuja legitimidade é delegada aos outros campos sociais e, desta forma, é estruturado e funciona de acordo com os princípios estratégicos dos objetivos e interesses dos outros campos. Esse campo, portanto, vai além do conceito clássico de *mass media*, referente aos meios de comunicação em geral. Para o autor, ele dá conta de toda a instituição de mediação instaurada na modernidade e engloba todos os dispositivos com a função de compor os valores legítimos divergentes das instituições.

O princípio de mediação característico deste campo permite que ele utilize a base constituinte dos campos (suas dimensões arqueológicas), buscando nos princípios constitutivos a fonte das modalidades expressivas e pragmáticas. Caberia à mídia o papel de reciclar as memórias dos outros campos de acordo com as regras da modernidade.

Este fundo primitivo presta-se, assim, a novos reflexos e a novos efeitos de sentido que são lançados no quotidiano efêmero da experiência coletiva. A componente mais habitual deste fundo mítico provém, por conseguinte, das instituições antigas, em particular o religioso, do guerreiro, do familiar, do político, do jurídico e do científico. É a partir deste seu retorno ao campo dos *media* que os mais antigos mitos são hoje relançados no espaço público. (RODRIGUES, 2001, p. 153)

1.1 Uma breve compreensão do fazer científico

Nos tempos modernos a ciência adquiriu um espaço de suma importância na sociedade, devido ao mérito e à credibilidade que ela agrega a produtos lançados no mercado ou mesmo às explicações de eventos. Essa visão é tão disseminada ideologicamente que diversas áreas de estudo acadêmicas, fora das chamadas ciências tradicionais, sentiram a necessidade de adotar métodos científicos em suas pesquisas para provar que têm credibilidade.

Segundo Spaey (1972), as transformações pelas quais tanto o indivíduo quanto a sociedade passam, aliados aos progressos funcionais da organização social, são uns dos principais motivos para que a ciência tenha se tornado confiável. Ele explica que essa

característica foi uma necessidade para que o desenvolvimento do poder não tenha resultados negativos, de modo que o crescimento econômico fosse a meta principal.

Nenhuma sociedade contemporânea coloca seus objetivos de progresso individual e social na mira da pobreza e da renúncia aos consumos materiais. Todas se propõem, pelo menos em princípio, a utilizar os recursos aumentados que resultam do incremento da produção em vista do progresso qualitativo da vida dos homens, ainda que o objetivo final possa, por vezes, perder-se de vista em proveito do objetivo imediato. (SPAÉY, 1972, p. 25)

Segundo Chalmers (1993), a credibilidade dotada à ciência está embasada no método empírico utilizado, em que a coleta de dados é feita sob rigorosa observação, experimento e a formulação de leis e teorias a partir dos dados obtidos. Essa ideia teve início no século XVIII com a Revolução Científica, quando a experiência passou a ser considerada a verdadeira fonte de conhecimento. Assim, trabalhos baseados nas ideias de Aristóteles ou da Bíblia perderam o valor e o sentido.

Com essas mudanças, uma nova forma de se fazer ciência ganhou espaço entre os pesquisadores, utilizando métodos que conferissem credibilidade às propostas científicas. O primeiro método utilizado foi o indutivismo, cujos preceitos afirmam que o observador científico deve ser isento de pré-conceitos e tenha órgãos sensitivos normais e inalterados, para registrar todos os detalhes durante a observação do evento. O registro do observador, chamado por Chalmers (1993) de proposições de observação, é a base para que leis e teorias sejam formuladas.

Segundo o autor, para que as proposições obtidas a partir de um evento possam ser estendidas a outros, o cientista precisa seguir três condições: “1) o número de proposições de observação que forma a base de uma organização deve ser grande; 2) as observações devem ser repetidas sob uma ampla variedade de condições; 3) nenhuma proposição de observação deve conflitar com a lei universal derivada.”. O estabelecimento dessas leis universais nos leva a uma segunda etapa do indutivismo: a dedução. A partir dessa etapa, infere-se que é possível explicar e/ou prever determinado fato. Assim, é necessário que as leis nas quais a dedução foi baseada sejam obtidas indutivamente, para que ela seja validada.

O indutivismo é considerado a base do conhecimento científico, mas devido às contradições e problemas no seu funcionamento, outros métodos ganharam a simpatia dos pesquisadores. Foi o caso do falsificacionismo, segundo o qual as observações de experimentos serão guiadas por teorias previamente estabelecidas. Ou seja, as teorias

não eram mais formadas somente a partir de observações, como exigia o indutivismo, mas deveriam ser formadas a partir de outras leis previamente estabelecidas. Essa linha científica ignora qualquer afirmação tida como verdadeira ou provavelmente verdadeira diante de evidências observativas.

As teorias são interpretadas como conjecturas especulativas ou suposições criadas livremente pelo intelecto humano no sentido de superar problemas encontrados por teorias anteriores e dar uma explicação adequada do comportamento de alguns aspectos do mundo ou universo. Uma vez propostas, as teorias especulativas devem ser rigorosas e inexoravelmente testadas por observação e experimento. (CHALMERS, 1993, p.72)

Para os falsificacionistas, a ciência é considerada um conjunto de hipóteses que são experimentalmente propostas para descrever ou explicar determinado comportamento de algum evento no mundo. As leis e teorias devem ser constantemente questionadas e colocadas à prova e caso não resistissem aos testes de observação, deveriam ser abandonadas e substituídas por outras. O desenvolvimento da ciência se dá apenas por meio de tentativas e erros, conjecturas e refutações.

Os pesquisadores adeptos dessa linha acreditam que nunca uma teoria será verdadeira, mas a que melhor explica o fenômeno no momento. Desta forma, uma hipótese é considerada uma lei ou teoria científica apenas quando for falsificável em determinadas situações. Isso elimina as proposições possíveis, ou seja, aquelas que não atribuem informações sobre o mundo.

As hipóteses falsificáveis sempre oferecem essas informações e mostram como o mundo poderia se comportar (lógico), mas de fato não o faz. Chalmers (1993) destaca que algumas das teorias são consideradas simuladas para os falsificacionistas, pois embora tenham características de boas teorias científicas, não são falsificáveis, portanto devem ser descartadas.

Seguindo os princípios dessa vertente, quanto mais falsificável, melhor será a teoria científica, pois fará afirmações decisivas sobre o mundo. “Uma teoria, muito boa será aquela que faz afirmações bastante amplas a respeito do mundo, e que, em consequência, é altamente falsificável, e resiste à falsificação toda vez que é testada” (CHALMERS, 1993). A ideia resumida é a de que quanto mais abrangente (ampla) uma lei for, maior a possibilidade de ser falsificável, pois haverá maiores fatores que a coloquem em cheque. Essa premissa se justifica com a ideia de que a ciência progride por tentativa e erro.

As duas linhas apresentadas anteriormente, indutivista e falsificacionista, concentram-se nas relações entre teoria e nas preposições de observações individuais ou de conjuntos, ignorando as complexidades das principais teorias científicas. Deste modo, surgiu a necessidade de considerar essas dificuldades como um todo estruturado, ou seja, teorias e conceitos eram formulados a partir de outros previamente conhecidos. Chalmers (1993) exemplifica com um dicionário, no qual existem diversas definições, mas o leitor precisa conhecer antes uma série de palavras para compreendê-las.

Essa vertente, criada por Lakatos, ganhou espaço por três motivos: o fato de as teorias terem essa característica, os conceitos adquirirem um sentido preciso somente a partir de uma teoria coerentemente estruturada e ciência ter a necessidade de crescer.

Em primeiro lugar, um programa de pesquisa deve possuir um grau de coerência que envolva o mapeamento de um programa definido para pesquisa futura. Segundo, um programa de pesquisa deve levar à descoberta de fenômenos novos, ao menos ocasionalmente. Um programa de pesquisa deve satisfazer as duas condições para se qualificar como programa científico. (CHALMERS, 1993, p. 116)

Embora estruturada por Lakatos, os primórdios dessa metodologia foi desenvolvida por Thomas Kuhn, que utilizou os fatores sociológicos como base. Ele acreditava na necessidade de haver leis gerais que orientassem as pesquisas científicas, e formariam, assim, o paradigma. Os que trabalham dentro desse paradigma praticariam a ciência normal. Os pesquisadores, então, devem articular e desenvolver o paradigma com o objetivo de explicar e acomodar o comportamento de alguns aspectos relevantes do mundo real. Durante esse processo, naturalmente aparecerá dificuldades e falsificações, que podem gerar um estado de crise caso saia do controle.

Caso uma teoria não se adaptasse ao paradigma reinante, ela seria imediatamente considerada uma anomalia, um fracasso do cientista. Todavia, existe a possibilidade de ela iniciar uma série de questionamentos de modo que esse paradigma não incite mais confiança dos pesquisadores. Quando isto acontecer, um novo paradigma deverá ser instaurado, conforme explicado na citação acima, momento denominado de Revolução Científica.

Sobre os benefícios da evolução científica, é importante lembrar que ela não nos atinge apenas no campo econômico, mas também, e principalmente, na qualidade de vida do indivíduo e da sociedade. Assim, Spaey (1972) explica que este campo ultrapassa o simples ato de “ter as tecnologias” para adquirir uma influência direta em

como o indivíduo vive. O principal exemplo que o autor utiliza é o campo da educação em que os estudantes com menores condições financeiras não têm a oportunidade de trabalhar diversas habilidades, dentre as quais, o lado artístico.

Paralelamente, a industrialização oferece formas de educação jamais imaginadas anteriormente que deveriam facilitar o acesso de pessoas a elas, de modo que os limites de aprendizados fossem restritos às possibilidades dos sujeitos. Mesmo com todos os benefícios possíveis na educação, ainda percebe-se grande esforço em investimentos mais direcionados à produção de bens de consumo em detrimento de algo que, segundo Spaey (1972), traria mais qualidade aos indivíduos.

Esta supervalorização faz-se acompanhar de uma desvalorização correspondente das atividades estranhas aos círculos produtores e comerciais e das pessoas que a elas se dedicam: os políticos, os homens de letras, os religiosos, os artistas, os estudiosos e, de uma maneira geral, todos os intelectuais. A pesquisa em ciências exatas e naturais ou em tecnologia, pela contribuição direta que faz o crescimento econômico e ao poderio militar, é a ética materialista. Ela se beneficia, em contrapartida, do prestígio e de vantagens correspondentes. (SPAHEY, 1972, p. 41)

Para o autor, entretanto, essas questões ainda estão centradas em finalidades subjetivas. Para se pensar realmente numa qualidade coletiva (social), ele acredita que as soluções vêm de ordem política e o papel da ciência se torna fundamental na hora de escolher estratégias para se chegar a determinado alvo, pois ela ajudaria a descobrir se o objetivo desejado é coerente e qual a melhor técnica para alcançá-lo.

1.2 O fazer Jornalístico

O campo da comunicação apresenta-se em dois sentidos. O primeiro tem dimensão empírica e diz respeito ao processo de produção e troca de informações. Esse processo, materializado por um conjunto de práticas e objetos, sempre esteve presente na história do homem, que o apreendeu naturalmente durante seu desenvolvimento. Hohlfeldt, Martino e França (2001) explicam que “a comunicação tem uma existência sensível; é do domínio do real, trata-se de um fato concreto do nosso cotidiano dotado de uma presença quase exaustiva na sociedade contemporânea”.

De acordo com Santaella, citada por Mota (2001), a Comunicação trata de algo dotado de significado que é transferido a outro e, ao ser interpretado, gera modificações ou uma reação. Esse processo de transferência de informações é algo tão complexo que

se tornou objeto de diversos estudos para sua melhor compreensão. Portanto, conforme disse Bordenave (1992), também citado por Motta, estudar essa área é fundamental na formação de pessoas mais críticas e exigentes com o que deveria ser comunicação na sociedade em que vivem.

Assim, chega-se ao segundo sentido da comunicação que está relacionado ao campo de conhecimento científico, no qual o objeto da comunicação se refere à maneira de identificar e estudar os objetos comunicativos. Desta forma, essa área é definida como conceito, ou seja, ela é responsável por construir e apontar seu objeto de estudo. Trata-se de estudar as práticas comunicativas, criticando-as sob diversos aspectos e assim formular teorias as expliquem.

Embora a comunicação seja uma área antiga, sendo inclusive alvo de preocupação dos antigos, como os gregos que exercitavam o uso da palavra e ensinavam a arte do discurso, por exemplo, somente a partir do século XX houve estudos específicos sobre o processo comunicativo ou os meios de comunicação.

Quando a modernidade (rompendo com o mundo da tradição e com a legitimidade prévia de uns poucos locutores autorizados) traz o homem ao centro do palco – o homem dotado de razão, capacidade de ação autônoma e ser de vontade –, esse novo sujeito de poder, nessa nova etapa de sua experiência no mundo, se vê às voltas com seu instrumento primordial, que é a palavra. A palavra a ser dita, a palavra a ser escutada, a palavra em busca de sua legitimação, a palavra que se prolifera... A modernidade transformou a comunicação em problema; levantou questões em torno de uma prática até então natural, naturalizada – prática esta que desde então se impôs aos homens como algo a ser melhor conhecido. (HOHLFELDT; MARTINO; FRANÇA, 2001).

A explosão dos meios de comunicação foi o fator responsável pelo desenvolvimento dos estudos acadêmicos nesse campo. A preocupação com os meios em si, a transmissão das mensagens e a influência da mídia no público foram os grandes responsáveis pela formulação das teorias da comunicação.

Embora o jornalismo tenha dado seus primeiros passos bem antes, somente no século XIX, com o desenvolvimento da imprensa (*mass media*), ele se estabeleceu de fato como uma atividade. Nesse contexto, o Jornalismo começou a caminhar na conquista de um espaço acadêmico. A princípio, seus cursos eram puramente técnicos, o que dificultou bastante seu reconhecimento como um campo de conhecimento, pois acreditava-se que o material produzido pela profissão era apenas uma mera reprodução de algo. Em outras palavras, durante longo tempo o Jornalismo ficou esquecido na produção científica por não ser considerado relevante na construção de conhecimentos.

Somente com a criação de cursos universitários se tornaram possíveis estudos mais centralizados nas notícias em si. Na primeira metade do século XX os programas de jornalismo tornaram-se mais consistentes nos Estados Unidos. Alguns deles juntaram-se à área de Ciências Sociais o que influenciou diretamente na forma como as primeiras pesquisas nesse campo foram realizadas. Segundo Traquina (2005, p. 84),

Fundamentalmente, por causa desse desvio em direção às Ciências Sociais em muitas escolas importantes dos EUA, começou a ser dada mais ênfase às formas de observar o mundo, e de registrar e analisar sistematicamente tais observações. Foi posta mais ênfase na generalização a partir de observações específicas, especialmente no jornalismo e na pesquisa de comunicação de massas.

1.2.1 Os princípios do Jornalismo

O primeiro estudo voltado para o Jornalismo foi a tese *Das relationibus novellis* de Tobias Peucer, apresentada na Universidade de Leipzig em 1690. Em 29 parágrafos, o autor observou e investigou o Jornalismo de forma científica, discutindo questões de autoria, noticiabilidade, verdade e credibilidade, e propondo critérios para o que deve ser noticiável, os quais ainda hoje são bastante atuais.

Neste trabalho, Peucer (2004) delimitou pela primeira vez a diferença entre o fazer jornalístico e história. Ele explica que as notícias “contêm a notificação de coisas diversas acontecidas recentemente em qualquer lugar que seja. Estes relatos, com efeito, têm mais em conta da sucessão exata dos fatos que estão inter-relacionados e suas causas, limitando-se somente a uma simples exposição”.

Segundo Peucer, a principal razão para o aparecimento de periódicos impressos está relacionada à curiosidade humana e à busca pelo lucro. Essa posição é logo justificada no início da tese quando o autor comenta que nada satisfaz tanto a alma humana quanto a história, independente de como tenha sido escrita. A curiosidade apresenta-se, então, bastante lucrativa, o que de certa forma influencia no fazer jornalístico.

Desde já, o autor destaca a importância de presenciar o fato relatado, uma vez que a notícia terá mais credibilidade quando o jornalista presencia o acontecimento e relata o que viu. Depois disso, é necessário selecionar o que é digno de crédito, ou seja, o que merece virar notícia, de boatos sem fundamento ou acontecimentos diários. A notícia deve retratar fatos singulares, classificados em um escala de importância.

(...) em primeiro lugar, os prodígios, as monstruosidades, as obras ou os feitos maravilhosos e insólitos da natureza ou da arte, as inundações ou as tempestades horrendas, os terremotos, os fenômenos descobertos ou detectados ultimamente. Depois as diferentes formas dos impérios, as mudanças, os movimentos, os afazeres da guerra e da paz, as causas das guerras, os planos as batalhas, as derrotas, as estratégias, as novas leis, os julgamentos, os cargos políticos, os dignatários, os nascimentos e mortes dos príncipes, as sucessões em um reino as inaugurações e cerimônias públicas (...). Finalmente, os temas eclesiásticos e literários (...). (PEUCER, 2004, p.20)

Peucer (2004) também destaca a verdade como principal característica dos periódicos. O jornalista tem a obrigação de sempre buscar a verdade e fugir de “coisas insuficientemente exploradas sobre temas de grande importância”. Para impedir a disseminação de boatos é preciso averiguar cuidadosamente o fato e comprovar através do testemunho de várias pessoas. Henriques (2004) reafirma a importância dessa característica uma vez que “ninguém compra o jornal para ler mentiras”. Desta forma, é importante que a notícia não só seja verdadeira como também pareça verdadeira e para isso os jornalistas utilizam técnicas de escrita e apuração.

Por isso, ele defende que as informações devem ser precisas, seguindo um critério de rigor e exatidão. Segundo o autor essa característica deve reger, inclusive, a escolha do léxico, de modo que as palavras escolhidas sempre priorizem a exatidão da informação ao invés da estilística. Peucer (2004) também defendia o uso de linguagem acessível, objetiva e clara nos periódicos que não deveriam ser “nem oratório, nem poético”. Segundo ele, uma linguagem rebuscada não facilita a compreensão do leitor e, conseqüentemente o faz perder o interesse pela notícia, afastando-o da novidade.

De modo geral, o modelo básico do fazer jornalístico se mantém estável, tendo poucas adaptações ao meio e ao país, por exemplo. Essas normas vão além de estabelecer um padrão para os conteúdos. Acima de tudo, elas direcionam os profissionais sobre a forma adequada de reportar os acontecimentos, conforme explica Henriques (2009). Segundo o autor, esse direcionamento é o que Bourdieu (1997) chama de “óculos especiais”, através do qual os jornalistas conseguem ver coisas sob uma perspectiva diferenciada da maioria das pessoas. Eles são constituídos por “códigos, determinadas normas de redação e até mesmo de conduta que são, em verdade, efeitos dos princípios, das estruturas epistemológicas em que a atividade está calcada.” (HENRIQUES, 2009, p.2)

1.2.2 Jornalismo como campo de conhecimento

Conforme já foi dito anteriormente, o jornalismo não foi considerado uma área de estudo durante um longo período. Aliás, um dos questionamentos feitos até pouco tempo é se a área seria de fato um campo de conhecimento ou estaria fadada apenas a reproduzir o conhecimento de outros campos. Segundo Meditsch (1997), existem três abordagens que tratam a primeira perspectiva, variando de acordo com a definição proposta para conhecimento.

Na primeira abordagem, ele é considerado algo ideal e abstrato que deve ser alcançado. Sob essa perspectiva a ciência aparece como a única capaz de proporcioná-lo, de modo que o “método científico foi escolhido como o adequado para se conhecer e dominar o mundo”. Assim, tudo localizado fora desse padrão era desmoralizado, imperfeito e pouco legítimo. Este era o caso do jornalismo, que virou sinônimo de degradação do saber, uma ciência mal feita ou uma atividade perversa e degradante. Embora esta perspectiva tenha sido bastante criticada, influenciou consideravelmente o meio acadêmico e foi defendida, por exemplo, pelos fundadores da Escola de Frankfurt.

A segunda abordagem trata o conhecimento como algo presente na vida humana. As pessoas, então, lidam diariamente com suas diferentes formas, as quais são estabelecidas em níveis. A notícia é classificada entre o conhecimento utilizado no cotidiano (“conhecimento de”)² e o produzido pelas ciências (“conhecimento sobre”)³, sendo considerada intermediária. Nesta perspectiva, o Jornalismo deixa ser algo inútil para ser uma ciência menor.

Este tipo de diferenciação do Jornalismo a partir do grau de profundidade que alcança comparativamente à Ciência ou à História é admitido pelos próprios jornalistas. (...) Quando não se refere à profundidade de análise, a gradação pode referir-se também à velocidade da produção, e o Jornalismo já foi definido como a História escrita à queima-roupa. (MEDITSCH, 1997, p.3)

O autor explica que na terceira abordagem vai elucidar o que o jornalismo tem de diferente, ao invés de compará-lo com a Ciência ou História. Meditsch (1997) explica que, segundo esta abordagem, o Jornalismo é sim uma forma de conhecimento e “não revela mal nem revela menos a realidade do que a ciência: ele simplesmente revela diferente”, conseqüentemente pode revelar aspectos que os outros modos de

² Distinção realizada pelo filósofo William James, citada por Meditsch (1997).

³ Idem.

conhecimento não são capazes. O campo de conhecimento do Jornalismo seria responsável não apenas por reproduzir o conhecimento de outras instituições, mas também por produzir e reproduzir seu próprio conhecimento.

Enquanto campo de conhecimento, o Jornalismo reproduz a sociedade e o contexto em que está inserida, retratando suas desigualdades e contradições, e assim participando dessas contradições eventualmente. Para Meditsch (1997), o jornalismo é sim uma forma de conhecimento e se apropria das produções de outras áreas para sustentar sua posição. Ele ressalta que essa visão exige maior aperfeiçoamento dos profissionais da área, uma vez que estes deixam o papel de meros comunicadores e se tornam produtores e reprodutores de conhecimento.

Segundo Motta (2005), esse campo explora o fatídico com o objetivo de obter um efeito de real. Isso acontece porque nós vivemos narrativamente as experiências pela qual passamos, ou seja, “a partir dos enunciados narrativos somos capazes de colocar as coisas em relação umas com as outras em uma ordem e perspectiva, em um desenrolar lógico e cronológico. É assim que compreendemos a maioria das coisas do mundo.” (MOTTA, 2005, p.2). Desta forma, o jornalista, dentre outros profissionais midiáticos, constroem com astúcia e profissionalismo o discurso narrativo para causar esses efeitos.

A produção de notícias é submetida a uma série de regras para conseguir reproduzir esse efeito de real. Ela também recorre a medidas linguísticas e extralinguísticas com o objetivo de alcançar certas intenções e objetivos no texto propostos pelo narrador, envolvendo também as interpretações criativas do receptor. Esses métodos utilizados durante a construção das notícias mostram-nos que “as narrativas midiáticas não são apenas representações da realidade, mas uma forma de organizar nossas ações em função de estratégias culturais em contexto”, conforme explica Motta (2005, p.3).

Segundo o autor, a estratégia textual utilizada na comunicação narrativa interfere na organização do discurso e o estrutura na forma de sequências encadeadas. Isso implica em uma retórica que realiza a finalidade desejada por meio de recursos, códigos, articulações sintáticas e pragmáticas. “O narrador investe na organização narrativa do seu discurso e solicita uma determinada interpretação por parte do seu destinatário.”. (MOTTA, 2005, p.3)

CAPÍTULO 2 - JORNALISMO CIENTÍFICO: O encontro de dois campos

Os campos da ciência e do jornalismo têm muitas diferenças entre si quanto à forma de produção, à linguagem utilizada, à finalidade e ao público a quem os destinam. Os trabalhos desenvolvidos pelos cientistas são direcionados a um grupo restrito, específico e especializado. O texto científico segue normas e padrões universais, de modo que seja compreendido por qualquer pessoa da área, sem o cuidado de utilizar uma linguagem atrativa. Outro aspecto importante é que uma pesquisa científica é resultado de investigação realizada ao longo de anos, portanto, precisa de um longo período para ser produzida.

Por outro lado, o jornalista visa atingir a maior quantidade de pessoas possíveis e, para isso, utiliza uma linguagem simplificada, objetiva e atraente. Sendo a todo o momento submetido ao mercado, o profissional tem pouco tempo para escrever uma notícia e, em muitos casos, o espaço disponibilizado não é o suficiente para abordar todos os aspectos considerados importantes para a pesquisa divulgada.

Essas diferenças são responsáveis por inúmeras críticas direcionadas ao jornalismo especializado em ciência e têm sido, inclusive, motivo para que cientistas tenham certo receio de conceder entrevistas aos meios de comunicação ou não fiquem tranquilos quanto à divulgação de suas pesquisas. De acordo com Oliveira (2010), parte dessa ideia está ligada ao fato de

O casamento maior da ciência e do jornalismo se realiza quando a primeira, que busca conhecer a realidade por meio do entendimento da natureza das coisas, encontra no segundo fiel tradutor, isto é, o jornalismo que usa a informação científica para interpretar o conhecimento da realidade. (OLIVEIRA, 2010, p. 43)

A questão da tradução, levantada pela autora, é outro ponto discutível quando se trata de unir os dois campos. Uma das principais críticas direcionadas ao jornalismo científico acusa-o exatamente de ser um mero tradutor, servindo apenas como um meio de divulgação da ciência. Por conta deste fato, uma das principais preocupações de certos autores é distinguir a divulgação científica e o jornalismo científico.

Segundo Bertolli Filho (2006), existem duas linhas responsáveis por definir a divulgação científica. Uma delas utiliza a linguagem do texto como referência e acredita que a divulgação científica diz respeito à transformação de linguagem científica para uma mais acessível a qualquer segmento da sociedade, do modo que todos poderão ter

acesso às informações da pesquisa. A segunda corrente, entretanto, acredita que o objetivo da divulgação é seu elemento mais importante, que seria tornar os conhecimentos acessíveis a todos, independente do meio que utilize para se chegar a ele.

Entretanto, as duas linhas citadas acima não distinguem com precisão a divulgação científica do jornalismo científico. Para marcar essa diferença, o autor reforça que este ainda é um gênero jornalístico, portanto trabalha com costumes rotineiros de qualquer outra expressão jornalística, como o contato com as fontes, uso de linguagem mais acessível, checagem de informação e um estrutura textual própria. Embora essa afirmação seja óbvia, ela não é trabalhada nas universidades.

(...) um produto elaborado pela mídia a partir de certas regras rotineiras do jornalismo em geral, que trata de temas complexos de ciência e tecnologia e que se apresenta, no plano lingüístico, por uma operação que torna fluída a leitura e o entendimento do texto noticioso por parte de um público não especializado. (BERTOLLI FILHO, 2006, p.3)

Oliveira (2010) também chama a atenção para uma característica no relacionamento entre jornalistas e cientistas: “a falta de visão crítica e a atitude de certa subserviência em relação aos porta-vozes da ciência”. Segundo a autora, tanto a imprensa quanto a sociedade ainda tem uma visão maniqueísta da ciência, de modo que esta ou é aclamada por banir todos os males ou é criticada por destruir a natureza.

2.1 O jornalismo especializado em ciência

Durante um longo período, o conhecimento e as discussões sobre a ciência ficaram fechados nos laboratórios dos cientistas, que trabalhavam muitas vezes distanciados da realidade social. Entretanto, essa situação começou a mudar no momento em que o alemão Johann Gutenberg criou a imprensa de tipos móveis no século XV. Esse acontecimento acelerou a criação de uma comunidade científica na qual descobertas e experimentos eram compartilhados com um grande número de pessoas, ainda que restritos à camada letrada da sociedade, formada por representantes do clero, nobreza e burguesia.

De acordo com Oliveira (2010), um importante período para o surgimento do jornalismo científico foi a Revolução Científica, um fenômeno “particularmente europeu” ocorrido durante os séculos XVI e XVII. Este período proporcionou não

apenas o desenvolvimento no campo da ciência, mas mudanças profundas na filosofia, religião, pensamento social, moral e político. No apogeu dessa revolução, a Inglaterra “desponta como berço da divulgação e do jornalismo científico”.

Calado (2006) explica que entre 1603 e 1863, surgiram as sociedades científicas em Roma, Florença, Londres, Berlim e nos Estados Unidos. Na época, a produção científica ainda era fortemente censurada pela Igreja e pelo Estado, o que impulsionou reuniões secretas entre cientistas para trocas de informações. De acordo com o autor, a forma mais segura de trocar informações era, portanto, por meio de cartas, uma vez que os funcionários do governo não costumavam abrir o que parecia ser uma correspondência ordinária.

O primeiro periódico científico, intitulado *Philosophical Transactions*, foi criado em 1665 pelo alemão Henry Oldenburg, então secretário da Real Sociedade Britânica (Royal Society). A publicação era composta pela transcrição e tradução de várias cartas, textos científicos e atas de variadas sociedades científicas, iniciando tanto ao jornalismo científico quanto à profissão de jornalista científico em si.

A combinação do caráter informal e fragmentado das cartas com o potencial de alcance do texto impresso foi logo percebida por Oldenburg, que com sua capacidade empreendedora inventou assim a profissão de jornalismo científico. Como novo gênero literário da época, o jornalismo científico abriu espaço para a divulgação das mais destacadas notícias dos tempos modernos. (OLIVEIRA, 2010, p. 19)

De acordo com Oliveira (2010), Henry Oldenburg tinha um talento especial para reunir e inspirar os homens da ciência, de modo que o *Philosophical Transactions* foi considerado modelo para as publicações científicas por mais de dois séculos. Embora representasse um grande avanço naquela época, o periódico era um empreendimento pessoal de Oldenburg, pois ele não tinha um retorno financeiro. O reconhecimento da publicação como publicação oficial da Real Sociedade Britânica, aconteceu apenas quase um século após a morte de seu mentor.

Da Inglaterra, o jornalismo científico tomou um grande impulso a partir da segunda metade do século XIX, quando iniciou sua expansão pelo resto da Europa e EUA. Nessa época, a ciência tornou-se tema cotidiano, como um assunto da moda para a elite. Entretanto, foi apenas com as Guerras Mundiais, no século XX, que a ciência ganhou mais destaque no “senso comum”. Segundo Calado (2006), o interesse da sociedade pela ciência se deu em parte porque a força de um país passou a ser

representado pelos avanços tecnológicos e científicos, como as inovações bélicas que garantiam o poderio militar dos países.

A partir deste momento, a ciência ganhou maior destaque e importância na vida das pessoas e o jornalismo científico foi conquistando cada vez mais espaço. “Tanto que após a Primeira Guerra Mundial, jornalistas dos dois continentes (Europa e EUA), ávidos por reunir informação e conhecimento para interpretar as novas tecnologias bélicas, criaram as primeiras associações de jornalismo científico”, conforme explica Oliveira (2010, p. 20).

Todo esse desenvolvimento científico e tecnológico, iniciado na Primeira Guerra Mundial, também resultou no aumento da cobertura jornalística voltada para esta área, “pois com a guerra houve uma ênfase da importância da ciência: novas armas de grande potencial, novos explosivos, gases venenosos, aeroplanos e submarinos eram utilizados pela primeira vez em um conflito de grandes proporções” (OLIVEIRA, 2010, p. 21). E assim, em 1921, foi criado o primeiro serviço de notícias científicas dos Estados Unidos por E. W. Scripps.

Ao longo dos anos, a cobertura de ciência e tecnologia passou por dois momentos desde seu início. Em 1992, um dos estudiosos desse campo, Bruce Lewenstein, publicou um artigo, segundo o qual a visão pública da ciência, bastante difundida nos EUA e Europa, promovia no público mais uma admiração pela ciência e tudo o que proporciona à sociedade do que uma compreensão sobre ela. Esta cultura de admiração da ciência, fez com que a cobertura jornalística fosse submissa ao campo científico e desenvolvesse um ambiente favorável aos investimentos realizados desde o século XIX. De acordo com Oliveira (2010, p. 24), “essa visão romântica, favorável e acrítica permitiu, por exemplo, o avanço do programa espacial nas décadas de 1960 e 1970, principal mote tecnológico de período da guerra fria entre os EUA e União Soviética.”.

Com o tempo o ufanismo anterior deu espaço para uma fase cética, iniciada com a explosão do ônibus espacial Challenger em 1987.

Nesse ano, os jornalistas científicos reunidos no encontro da AAAS⁴, em Chicago, começaram a questionar por que, com tantos indícios, não foram capazes de prever o acidente. A conclusão óbvia era a total submissão às informações fornecidas pelas fontes oficiais. Para Harris⁵, a década de 1990,

⁴ Associação Americana para o Progresso da Ciência

⁵ Richard Harris foi um jornalista americano, presidente da Associação Nacional de Escritores de Ciência (NASW) e repórter de ciência da National Public Radio

com longos debates sobre as mudanças climáticas globais, a biotecnologia e as enormes possibilidades de acesso a várias fontes de informação, com as redes de computadores, deu início à produção de material jornalístico mais crítico e menos ufanista. (OLIVEIRA, 2010, p. 25)

Desta forma, os profissionais da área começaram a questionar o desenvolvimento tecnológico e o impacto que causam na qualidade de vida do planeta. Esta preocupação foi, inclusive, tema da I Conferência Mundial de Jornalistas Científicos, realizada em Tóquio no ano de 1992, na qual jornalistas científicos de 31 países mostraram-se preocupados com os padrões de desenvolvimento adotados em países de Primeiro Mundo. Para estes profissionais, o mau uso dos avanços científicos tem contribuído para aumentar a miséria nos países em desenvolvimento e destruir o meio ambiente.

2.2 O jornalismo científico no Brasil

Grande parte da história brasileira está atrelada a anos de submissão a um determinado poder, seja nos tempos de colonização, império e ditaduras, nos quais a censura era extremamente forte. Esse fator não só influenciou no desenvolvimento da imprensa no Brasil, como também retardou o desenvolvimento científico.

No caso da imprensa, o primeiro periódico do país, a Gazeta do Rio de Janeiro, foi criado pela própria corte portuguesa em 1804, sem a pretensão de trazer informações que realmente interessassem os leitores, mas apenas para servir às necessidades da corte. O primeiro jornal independente, o Correio Braziliense, nasceu quatro anos mais tarde, sendo redigido pelo jornalista Hipólito da Costa em Londres, o que garantiu a independência das publicações do jornal.

A censura extrema também afetou a produção científica e tecnológica do Brasil. Essa situação está fortemente relacionada ao tipo de colonização aplicada no país, mais voltada para a exploração do que para expansão, ao contrário do que aconteceu nos EUA. Segundo Oliveira (2010), somente no final do século XIX a comunidade científica começou a organizar-se e, conseqüentemente, a pesquisa mostrou alguma força.

Foi a partir de meados da década de 1940 que a ciência brasileira entrou definitivamente na agenda do governo e da sociedade. A instituição da ciência no Brasil operou-se, como em outros países, bastante influenciada pelo término da Segunda Guerra Mundial e pelo grande impacto que a força

do avanço tecnológico demonstrada pelos aliados causou em todo o mundo. O primeiro fato marcante foi a criação, em 1948, da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), entidade que hoje congrega todas as sociedades científicas do país. (OLIVEIRA, 2010, p. 29)

Mais tarde, em 1951, a criação do Conselho Nacional de Pesquisas (CNPq) representou o primeiro esforço nacional para regulamentar a ciência e a tecnologia do país. De acordo com Oliveira (2010), este foi o principal órgão responsável pelas ações empreendidas pelo governo federal nessa área durante três décadas, até a criação do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), em 1985.

A autora explica que a origem do CNPq está intimamente ligada à teoria nacionalista que predominava durante a desde fins da década de 1940 por militares e burocratas do aparato estatal. O órgão deu um importante passo para a divulgação de ciência e tecnologia, como a criação do Prêmio José Reis de Divulgação Científica em 1978. O prêmio homenageava o jornalista José Reis um dos principais jornalistas brasileiros especializados em ciência e tecnologia, de acordo com Lima (2008). Por isso, José Reis é considerado, inclusive, o “pai do Jornalismo Científico” no Brasil. Ele era responsável por uma coluna semanal no jornal Folha de S. Paulo, publicada de 1947 até 2002, quando faleceu.

Durante o Regime Militar (1964-1984), o desenvolvimento científico e tecnológico brasileiro teve um importante crescimento. A doutrina nacionalista, bastante difundida na época, promoveu grandes projetos tecnológicos com os quais, acreditava-se, o Brasil se tornaria um país soberano e independente. Foi nesse período que surgiram o programa nuclear, a indústria aeronáutica e de defesa e o programa espacial brasileiro.

Na época, o jornalismo científico divulgava com ufanismo os projetos grandiosos, como a Transamazônica, as grandes hidroelétricas, as indústrias bélicas (hoje quase todas extintas), o programa nuclear e o aeroespacial. Mas este não foi os primórdios dessa especialização da imprensa no Brasil.

Alguns antecedentes do jornalismo científico brasileiro foram localizados pela jornalista Luisa Massarani em pesquisa realizada para a tese de mestrado na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Ela levantou informações sobre iniciativas de divulgadores científicos, jornalistas e cientistas nas últimas décadas do século XX. São exemplos a *Revista Brasileira* (1857), a *Revista do Rio de Janeiro* (1876) e a *Revista do Observatório* (1886), esta publicada pelo Imperial Observatório do Rio de Janeiro, atualmente Observatório Nacional. (OLIVEIRA, 2010, p. 32)

Outro importante passo para o desenvolvimento do jornalismo científico, foi a criação da Associação Brasileira de Jornalismo Científico (ABJC) em 1977. Oliveira (2010) conta que um pequeno grupo de jornalistas preocupados em divulgar C&T⁶ e democratizar o conhecimento científico e tecnológico no país reuniu-se para criar o órgão que, desde então, tem promovido e participado de diversos eventos com o objetivo de promover e incentivar a divulgação da ciência e tecnologia no Brasil.

Mas foi a partir da década de 1980 que a divulgação e o jornalismo científico tiveram um crescimento significativo no Brasil e começaram a se estabelecer dentre as editorias de importantes periódicos. Nessa época, surgiram revistas especializadas na área, como *Ciência Hoje* e *Ciência Ilustrada*. Em 1982, a Editora Globo lançava no mercado a revista *Globo Ciência*, que mais tarde mudaria o nome para *Galileu*, e, em 1987, nascia a *Superinteressante*, *corpus* deste trabalho, da Editora Abril.

De acordo com Oliveira (2010), o *boom* do jornalismo científico no Brasil durante a década de 1980 foi fortemente influenciada por grandes eventos internacionais, como a passagem do cometa Halley, em 1986, a descoberta da supernova de Shelton, 1987, da supercondutividade, as viagens espaciais e questões ambientais, por exemplo.

Na década de 1990, grande parte dos periódicos brasileiros já contavam com uma editoria especial para ciência e tecnologia, além de revistas especializadas e programas de rádio e TV. Entretanto, se por um lado o jornalismo científico ganhava cada vez mais espaço, por outro ainda tinha algumas deficiências, como a pouca qualidade de informação. Segundo a autora, “faltava ainda aos jornalistas ou escritores de ciência fundamentos capazes de integrar áreas como a economia e a política a temas ligados à C&T.” (OLIVEIRA, 2010, p. 39). Além disso, os periódicos muitas vezes privilegiavam conteúdo internacional, principalmente de fontes americanas.

2.3 A Revista Superinteressante

Dentre as revistas que surgiram durante o *boom* do jornalismo científico ocorrido na década de 1980, está a *Revista Superinteressante*, *corpus* deste trabalho. A primeira edição foi publicada em 1987, após a Editora Abril comprar os direitos de publicação da revista espanhola *Muy Interesante*, criada em 1981, que fazia bastante

⁶ Ciência e Tecnologia

sucesso por conta da riqueza visual e recursos fotográficos e infográficos. Na época, a editora pretendia apenas republicar a edição espanhola no Brasil, todavia, como os fotolitos eram maiores do que os brasileiros, a editora começou a produzir as próprias reportagens, dando início à Revista Superinteressante.

Para avaliar a aceitação no mercado, a Superinteressante teve uma edição zero, distribuída gratuitamente como encarte de outras revistas. Quinze dias depois, o primeiro número chegou às bancas com uma tiragem de 150 mil exemplares que foram esgotados nos três primeiros dias. Devido ao sucesso, 65 mil exemplares extras foram lançados. Além disso, logo na primeira edição foram realizadas cinco mil assinaturas.

No início, a maior preocupação da revista era ser aceita entre a comunidade científica e acadêmicos da área, segundo conta Lima (2008). Desta forma, durante os primeiros oito anos de existência a Superinteressante “assumiu uma postura defensora do que parecia ser um viés positivista da ciência” (LIMA, 2008, p. 9), de modo que 80% das capas abordavam ciências naturais.

O autor conta que a aparente indefinição editorial da revista nos primeiros anos, foi substituída por uma linha na qual a noção de ciência está mais ligada à mentalidade moderna racionalista e mesmo “positivista”, adotando uma postura mais “iluminista” e “progressista”. Deste modo, assuntos delicados e negativos sobre a ciência eram evitados.

Essa visão foi mudando aos poucos, conforme a revista se distanciava da visão absoluta do iluminismo e positivismo e passava a abordar a ciência de maneira mais social, humana, filosófica e relativa. Esta nova visão era, inclusive, a que o leitor pós-moderno já exigia. A maior mudança, no entanto, ocorreu entre 2000 e 2005, na gestão de Adriano Silva. De acordo com Lima (2008), a noção de ciência foi direcionada para as humanidades e subjetividades.

Um dos grandes desafios do jornalismo em C&T (Ciência & Tecnologia) no Brasil é o fascínio dos veículos especializados em jornalismo científico pela religiosidade, pelo misticismo e pelas chamadas pseudociências. Como principal revistado segmento no Brasil, a Superinteressante apresentou, nos últimos anos, inúmeras matérias de capa com temas voltados para a relação da ciência com o esoterismo e a religião. A ascensão de tais temáticas na Superinteressante curiosamente parece coincidir com a época em que a revista consolidou-se como um dos maiores periódicos do país, com dezenas de prêmios ganhos e recordes de vendagem quebrados. (LIMA, 2008, p. 16)

Hoje, a revista já ganhou diversas premiações. Até 2012, quando completou 25 anos de circulação, já tinha conquistado três prêmios Esso de jornalismo, 33 prêmios

Abril e 13 Malofiejs, o Oscar da infografia. O conteúdo também é exportado para filiais estrangeiras.

Com periodicidade mensal, a *Superinteressante* é uma das principais revistas especializadas em ciência do país. De acordo com pesquisas realizadas pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC) em julho de 2013, a revista tem uma tiragem de 410.207 exemplares, dentre as quais 229.079 são assinaturas e 69.182 são vendas avulsas. De acordo com dados publicados na Publiabril, são 335 mil exemplares de circulação e mais de 2,3 milhões de leitores, com idade média de 34 anos.

O público da revista também é bastante ativo nas mídias sociais da publicação. No *Twitter*, o perfil da *Superinteressante* conta com mais de 760 mil seguidores, enquanto no *Facebook* são mais de 1,5 milhão de curtidas na página oficial. Ainda de acordo com a Publiabril, 96% dos internautas que acompanham mídias sociais interagem com as postagens, seja com comentários ou compartilhamentos.

2.3.1 O estilo jornalístico da Superinteressante

A Revista *Superinteressante* costuma priorizar nos textos do gênero reportagem. De acordo com Lima (2008), o motivo é porque estas são relatos jornalísticos temáticos que abordam de forma envolvente e focal os temas de interesse atual, com uma investigação profunda sobre os envolventes e seus agentes. Segundo o autor, o discurso científico fica à margem dos textos produzidos pela revista, sendo utilizado para convencer o público sobre a validade do que está sendo noticiado.

Ao contrário do que ocorre nos textos científicos, as reportagens adotam uma linguagem mais direta e objetiva e a ordem dos fatos é organizada de acordo com o que o repórter considera mais importante para o leitor. Deste modo, os textos da publicação seguem toda uma diretriz jornalística durante sua produção.

Portanto, a Revista apresenta o jornalismo científico como um gênero textual capaz de formar o conhecimento dos leitores, através das suas reportagens e coberturas completas de temas. Isso porque este gênero jornalístico é o único da comunicação que tem a preocupação com a exegese e com a explicação do método científico – algo não usual em outros gêneros jornalísticos – da mesma forma que o Jornalismo Científico tem um caráter metalingüístico e empírico, pois realiza estudo sobre os dados, faz as comparações estatísticas e estuda os fenômenos em questão. (LIMA, 2008, p. 19-20)

Um importante aspecto das reportagens da revista é a relevância dotada às imagens e infográficos. Os recursos gráficos são amplamente utilizados ao longo das páginas, tendo tanto peso quanto ao conteúdo textual. Eles não só são responsáveis por ilustrar as reportagens, mas também adquirem um espaço fundamental para a compreensão do texto, pois, na maioria dos casos, estão atrelados a informações. Lima (2008, p. 20) complementa: “A imagem em Superinteressante não é tratada apenas como elemento coadjuvante.”.

Embora a revista seja destinada à informação de novidades e curiosidades históricas, culturais e científicas, é neste último campo onde se encontra a ênfase editorial. Por este motivo, a maioria das capas é voltada para descobertas e domínios do conhecimento científico. Segundo Lima (2008) explica que os leitores de ciência geralmente buscam nas matérias esclarecimentos sobre questões de sobrevivência, desta forma o jornalismo científico busca incorporar às pautas temas que criem a sensação de informação útil para a saúde, o bem-estar físico e mental dos leitores.

Desta forma, tem-se observado que a Superinteressante apresenta também um forte interesse editorial por questões como religião, misticismo e pseudociência nos últimos anos.

A partir do próximo capítulo serão trabalhados os conceitos voltados para a Análise do Discurso, utilizados no desenvolvimento desta pesquisa. O capítulo a seguir aborda os conceitos de discurso e a teoria dos enunciados, a serem trabalhados na análise das capas da revista Superinteressante.

CAPÍTULO 3 – O DISCURSO CIENTÍFICO PRESENTE NAS CAPAS

No dia a dia, o termo discurso é utilizado para designar enunciados solenes, falas inconsequentes ou qualquer uso restrito da língua. Sendo assim, o nome é utilizado para designar a fala de alguma autoridade política e as ideias inconvenientes expressadas por alguém, por exemplo. No caso de uso restrito da língua, Maingueneau (2011) explica que existe uma posição ambígua nesse emprego. Isso decorre do fato de que o termo pode ser utilizado tanto para denominar um sistema que permite a produção de um conjunto de textos, como o próprio conjunto de textos produzidos. Como exemplo, chama-se de discurso todo o sistema de falas-ditas, como o “discurso feminista”, e também os textos produzidos que se apropriaram desse discurso. Este seria o caso de um enunciator que faz uma palestra sobre o feminismo.

Nas ciências da linguagem, entretanto, a noção de discurso ganha uma proporção maior, sendo definida por meio de uma série de princípios, explicados por Maingueneau (2011). Em primeiro lugar, o autor destaca que o discurso é uma organização situada para além da frase, pois não é construído apenas pela língua e sua estrutura. Segundo Charaudeau (2009), para que ele adquira sentido, dependerá de toda uma conjuntura extralinguística, ligada ao aspecto histórico-cultural do “receptor”, ou coenunciador, como alguns teóricos preferem chamar.

A língua em si é voltada para sua própria organização, portanto registra as diversas relações entre as formas (morfologia), suas combinações (sintaxe) e o sentido que produzem (semântica). Enquanto isso, o discurso está além das regras de uso da língua, sendo resultado da combinação das circunstâncias nas quais os enunciados foram produzidos (condições extradiscursivas) com a forma de produção do enunciado (realizações intradiscursivas).

Outra importante característica do discurso, citada por Maingueneau (2011), é o fato de ser orientado, ou seja, ele se constrói com um objetivo, sendo direcionado para algum lugar. Assim, pode-se afirmar que o ato da fala deixa de ser apenas uma representação do mundo para também ser uma forma de ação, responsável por modificar uma situação.

O autor também comentou sobre as condições extradiscursivas citadas acima. Elas são um dos aspectos fundamentais para se compreender um discurso, pois se referem às condições de produção, ou seja, o contexto no qual ocorre tanto a produção quanto a interpretação de um discurso. Por isso, Maingueneau (2011) destaca que “não

existe um discurso senão contextualizado”. Isso implica que, quando um “mesmo” enunciado é posto em dois lugares diferentes, terá, por conseguinte, significados distintos. Desta forma, um enunciado proferido pelo professor durante uma aula, não terá o mesmo sentido caso seja proferido em um bar, por exemplo.

Para Verón (1980), todo sistema produtivo é reconstruído a partir da manipulação de seus produtos, ou seja, dos discursos da qual derivam. Por isso a noção de contexto ganha importância em qualquer análise do sentido.

Uma abordagem que se proponha a aplicar, aos fenômenos de sentido, o modelo de um sistema produtivo, deve postular relações sistemáticas entre conjuntos significantes dados (atestados), por um lado, e os aspectos fundamentais de todo sistema produtivo, de outro: produção, circulação, consumo. O estudo desses aspectos impõe a descrição das *condições* sob as quais seu funcionamento ocorre. Pode-se assim falar de condições de produção, de circulação, de *consumo*. (VERÓN, 1980, p. 190)

Por essas características, Maingueneau (2011) diz que “o discurso só adquire sentido no interior de um universo de outros discursos.”. Com tal afirmação, o autor mostra que a interpretação de um enunciado acontece quando este é relacionado com outros enunciados, que são comentados, parodiados, citados etc. Em outras palavras, um discurso só ganha sentido quando colocado em oposição a outro.

Charaudeau (2009), também aborda a construção do sentido de um enunciado e explica que este processo ocorre em duas etapas de semiotização: a transformação e a transação. A primeira diz respeito à transformação do “mundo a significar” em um “mundo significado”, ou seja, atribuir a um conjunto de informações determinado significado. O segundo, por sua vez, refere-se ao objetivo atribuído ao ato de linguagem pelo sujeito que o produziu e segue alguns parâmetros correspondentes ao receptor.

De acordo com o autor, o processo de transação comanda o de transformação, pois a finalidade da fala não é descrever o mundo, mas fazer com que o homem se coloque em relação ao outro, tendo em vista que essa relação é fundamental para que o sujeito tenha consciência da própria existência.

Nenhuma informação pode pretender, por definição, à transparência, à neutralidade ou à factualidade. Sendo um ato de transação, depende do tipo de alvo que o informador escolhe e da coincidência ou não coincidência deste com o tipo de receptor que interpretará a informação dada. A interpretação se processará segundo os parâmetros que são próprios ao receptor, e que não foram necessariamente postulados pelo sujeito informador. (CHARAUDEAU, 2009, p. 42-43)

Para compreender melhor o processo de significação de um discurso é preciso também compreender a diferença entre dois conceitos: “efeitos de verdade” e “valor de verdade”. Segundo Charaudeau (2010), homem tem a necessidade de basear sua relação com o mundo de acordo com o que ele acredita ser verdade, portanto a distinção entre verdade e crença está intrinsecamente relacionada ao imaginário de cada grupo social. O que é tido como verdade para o povo ocidental, por exemplo, pode não ser aceito pelo povo oriental e, por isso, um enunciado pode ter diferentes valores para diferentes culturas.

O “valor de verdade” trata-se da explicação dotada a algum evento, construída a partir de métodos científicos ou algum instrumento externo ao homem. Uma ideia ganha credibilidade ao ser comprovada por um conjunto de técnicas específicas. Enquanto isso, o “efeito de verdade” está mais voltado para o “acreditar ser verdadeiro”, sem a necessidade de provas. Ele depende apenas da aceitação de algo como verdadeiro.

O efeito de verdade baseia-se na convicção, e participa de um movimento que se prende a um saber de opinião, a qual só se pode se apreendida empiricamente, através dos textos portadores de julgamento. O efeito de verdade não existe, pois, fora de um dispositivo enunciativo de influência psicossocial, no qual cada um dos parceiros da troca verbal tenta fazer com que o outro dê sua opinião a seu universo de pensamento e de verdade. O que está em causa em si não é tanto a busca de uma verdade em si, mas a busca de “credibilidade”, isto é, aquilo que determina o “direito à palavra” dos seres que comunicam, e as condições de validade da palavra emitida. (CHARAUDEAU, 2009, p. 49)

Desta forma, os discursos presentes em textos informativos têm uma maneira particular de moldurar seus efeitos de verdade, de acordo com determinados aspectos como: objetivo da informação dada, o papel exercido por quem informa e os meios pelos quais o informador prova a veracidade da informação.

Sobre o papel social desempenhado pelo informador, Maingueneau (2011) lembra que todo discurso é assumido por um sujeito que “se coloca como *fonte de referências* pessoais, temporais, espaciais e, ao mesmo tempo, indica que atitude está tomando em relação àquilo que diz e em relação a seu enunciador.”.

A imagem que o enunciador passa para o coenunciador, por meio do seu papel social durante a construção do enunciado, também é um importante conceito para a interpretação da mensagem, de acordo com os princípios da Análise do Discurso (AD) de linha francesa. Maingueneau (2011) explica que o ethos é um desdobramento da retórica tradicional na qual a personalidade do enunciador era revelada no ato da

enunciação. O enunciador, então, deveria mostrar ao público traços de caráter, independente de serem ou não verdadeiros, com o objetivo de causar boa impressão. É o ethos do enunciador que vai dizer “eu sou isto” ou “eu não sou aquilo”, sem a necessidade de aparecer explícito no enunciado.

Importante lembrar que o ethos não se restringe apenas a enunciados orais, sendo válido também para qualquer discurso escrito. Este confere um tom de autoridade ao que é dito e permite que o leitor construa uma representação do corpo do enunciador, denominada fiador, a partir de indícios textuais de diversas ordens. Desta forma, o enunciador atribui ao fiador, um caráter (gama de traços psicológicos) e uma corporalidade (maneira de se vestir e se movimentar no espaço social).

O ethos implica, com efeito, uma disciplina do corpo apreendido por intermédio de um comportamento global. O caráter e a corporalidade de um fiador provêm de um conjunto difuso de representações sociais valorizadas ou desvalorizadas, sobre as quais se apoia a enunciação que, por sua vez pode confirmá-las ou modificá-las. Esses estereótipos culturais circulam nos domínios mais diversos: literatura, fotos, cinema, publicidade etc. (MAINGUENEAU, 2011, p. 99).

Utilizando essa ideia da imagem construída e incorporada pelo enunciador, Charaudeau (2009) classifica-a em quatro categorias. O informador, desta forma, pode ser do tipo que tem notoriedade, geralmente atribuído a pessoas públicas e concede naturalmente a elas credibilidade e importância no que é dito, pois o cargo exige transparência em assuntos de interesse público. A segunda classificação é o informador testemunha. Este é considerado o “portador da verdade” uma vez que o objetivo da informação é apenas dizer o que foi visto e ouvido, sendo desta forma, o mais procurado pela mídia. A terceira categoria é o informador plural, quando a informação é proveniente de várias fontes. A pluralidade, neste caso, vai reforçar a informação, confirmar a veracidade, ou promove um confronto de ideias, no caso de os testemunhos divergirem-se, e assim quem se informa pode construir sua própria verdade.

Por fim, a quarta classificação trata de um informador que é um organismo especializado. É nela onde a mídia está inserida e, portanto, a que interessa para este trabalho. O autor explica que esta categoria refere-se a “centros institucionais encarregados de recolher e estocar informações, sendo, em princípio, os menos suspeitos de estratégias manipuladoras.”. Embora esses organismos possam sim aproveitar-se da atividade para obter benefícios próprios, eles têm a finalidade de

produzir informações sobre e para a sociedade, de modo que as informações tornam-se dignas de fé.

Segundo o autor, ao apresentar-se como um organismo especializado, as mídias têm a vocação de atender à demanda social para garantir a democracia. Deste modo, a profissão é justificada como um serviço em benefício da cidadania, pois busca tornar público aquilo poderia ser ignorado, oculto ou secreto. Por outro lado, o autor destaca que não basta apenas informar a sociedade exclusivamente de maneira factual. A mídia precisa trabalhar os acontecimentos para que as informações sejam colocadas de modo a interessar o máximo de pessoas possíveis. Para isso, são utilizados vários tipos de discursos, não garantindo o controle dos efeitos da informação.

3.1 A enunciação e as marcas enunciativas

Conforme explica Sousa (1997), a teoria da enunciação, cujo precursor foi o linguista Émile Benveniste, é uma importante ferramenta para os estudos da linguagem, pois ela mostra que o discurso somente funciona por conta da intervenção do sujeito, ao inserir sua subjetividade. Para o linguista, a enunciação consiste na forma como um sujeito coloca a língua em funcionamento, portanto trata-se de um ato individual de utilização.

Desta forma, um dos principais conceitos para compreender a formação dos enunciados é o de subjetividade, considerada uma categoria operacional na teoria linguística. Segundo a autora, a subjetividade manifesta-se por meio de dêiticos e da atenção dada ao campo do funcionamento do discurso, chamado por Benveniste de *aparelho formal da enunciação*. Ela explica que os dêiticos são quem definem as coordenadas espaço-temporais e designam os elementos constitutivos da enunciação (locutor⁷, alocutário⁸, lugar e tempo).

O locutor, portanto, se autodefine durante o ato da fala, de modo que sua existência é construída no discurso. A partir desta ideia, pode-se afirmar que o “eu” (locutor) se esconde em seu discurso, do mesmo modo que se mostra nele.

Nesse jogo de esconde e mostra participa uma outra pessoa: o alocutário (tu). A emergência deste outro índice de pessoa constrói uma relação, aquela entre *eu* e *tu* onde o *eu* é aquele que toma a palavra construindo suas

⁷ Também denominado enunciador

⁸ Também denominado coenunciador

representações, e o *tu* aquele “outro” que participa nesse processo de enunciação. *Eu* e *tu* são chamados “actantes de enunciação” e se constituem numa importante contribuição que a Semiologia apreende da Teoria da enunciação, pois representam a relação discursiva com o Outro. (SOUSA, 1997, p. 76)

O “eu” (origem) e o “tu” (destino) são figuras fundamentais para a enunciação e ela reforça que a relação discursiva construída pelas duas pessoas pode acontecer tanto no campo real quanto no imaginário. Essa relação é fundamental, pois a existência do alocutário é o que permite a existência do locutor. Como a própria autora diz, “a enunciação em si já propõe uma relação entre o locutor e o alocutário. Ambos estão dentro do discurso.” (SOUSA, 1997, *idem*).

Benveniste distingue dois tipos de sujeitos: o da enunciação e o do enunciado. Segundo o autor, o Sujeito da Enunciação refere-se ao “eu” falado, e seu lugar idealizado. Não se trata necessariamente do autor do texto, mas do “eu” representado. Enquanto isso, o Sujeito do Enunciado corresponde ao personagem do enunciado, aquele que toma a palavra para fazer uma representação.

Sousa (1997) também cita outros índices que participam da estrutura da enunciação, como os denominados “índices de ostentação” (este, aqui, etc.) por Benveniste, cuja utilidade é designar o objeto no momento em que o termo é pronunciado. Os “indivíduos linguísticos” (pronomes pessoais, demonstrativos) também são marcas importantíssimas para um enunciado, pois segundo Benveniste, elas nascem na enunciação e remetem somente a indivíduos, sejam pessoas, momentos ou lugares em oposição a termos nominais.

Por fim, a temporalidade também se destaca no *aparelho formal da enunciação*. Esta marca é caracterizada por se produzir na enunciação e para a enunciação, de modo que o enunciado receberá marcas durante a formação que remetam sempre ao contexto no qual foi produzido, e aí se inclui o tempo.

De acordo com Benveniste, a forma axial dos tempos verbais é o presente, pois este é a “origem do tempo”. Ele explica que a presença no mundo somente é possível a partir do ato de enunciação, uma vez que o homem não tem outra forma de viver o “agora” e torná-lo atual sem a inserção do discurso no mundo.

O presente formal não faz senão explicitar o presente inerente à enunciação, que se renova a cada produção de discurso, e a partir deste presente contínuo, coextensivo à nossa presença, imprime na consciência o sentimento de uma continuidade que denominamos “tempo”, continuidade e temporalidade que se engendram no presente incessante da enunciação, que é o presente do

próprio ser e que se delimita, por referência interna, entre o que vai se tornar presente e o que já não o é mais”. (Benvenite em Sousa (1994), p. 77)

O tempo, entretanto, pode aparecer dentro do próprio enunciado, utilizando expressões “hoje” e “agora”. Uma característica típica do discurso jornalístico em relação à temporalidade, é o uso do presente pelos os jornais, inclusive para fatos anteriores a eles como uma forma de dar a impressão de que a notícia é recente. Sousa (1997) lembra o autor Cervoni (1989), segundo o qual a dêixis de tempo não se restringe às formas que remetem ao presente da enunciação, mas compreende também o passado e o futuro, determinados em relação ao presente da enunciação.

CAPÍTULO 4 – OS TÍTULOS: uma escolha metodológica

Devido à tradição e ao alcance que tem no Brasil (detalhados nas páginas 30 - 31), a *Superinteressante* é uma das principais revistas especializadas em ciência no país. Acrescentando também a forma diferenciada na produção de reportagens fez-me escolher esse periódico como objeto deste trabalho. A pesquisa foi realizada com as 14 capas das revistas publicadas de janeiro a dezembro de 2012, referentes às edições número 300 ao 313. Embora a periodicidade seja mensal, conforme mencionado anteriormente, é comum edições especiais ao longo do ano e, no período, houve duas edições extras, em agosto e dezembro, a fim de comemorar os 25 anos da revista.

Esta pesquisa tem por objetivo, analisar os títulos e subtítulos presentes nas 14 capas da revista. A escolha justifica-se, pelo fato de os títulos serem um importante espaço de disputa por leitores, como explica Verón (1986)⁹. Por isso, os diversos veículos impressos trabalham na especificidade dos títulos das matérias, uma vez que ajudam na construção da identidade do jornal e contribuem para o contrato de leitura estabelecido entre a mídia e o leitorado.

O autor ressalta que essa especificidade não aparece no que é dito nos títulos, mas em como a informação é dita, de modo que eles funcionam como propaganda para as matérias, atraindo a atenção do consumidor. Sousa (1997) cita, inclusive, *O Manual de Redação da Folha de S. Paulo*, um dos principais jornais do país, segundo o qual os leitores leem apenas os títulos das reportagens na maioria dos casos e, por isso, “o título deve ser uma síntese precisa da informação mais importante do texto. Sempre deve procurar o aspecto mais específico do assunto, não o mais geral”.

Seguindo esse raciocínio, Sousa (1997) explica que

O título é o trabalho de reescrever o artigo e o faz num espaço limitado e hierarquizado, ele se endereça a um público em condições de leitura, ele é escrito, como diz Gouazé, para ser lido rapidamente, para atrair a atenção, para servir de motivação a leitura do artigo e, evidentemente, para levar o leitor a comprar o jornal. Afinal, o jornal é um produto à venda e se a primeira página funciona como vitrine deve, em grande parte, aos títulos. (SOUSA, 1997, p. 122)

De acordo com a autora, Gouazé aponta duas regras de Ducrot para ajudar a compreensão da enunciação de um título e o poder que ela exerce sobre um leitorado. *A lei da informidade* estabelece a condição de toda enunciação cujo objetivo seja

⁹ citado por Sousa (1997)

informar. Essa meta somente será alcançada caso o leitor ainda desconheça o fato, de modo que a essência desta lei é exatamente a condição de “não saber” do leitor. A segunda lei apontada é a do *encadeamento*, que trata da coerência a que os elementos de um mesmo discurso devem submeter-se. Deste modo, o encadeamento constitui toda enunciação, uma vez que ela pode aparecer como continuação ou origem de determinado tipo de fala, apresentando um envolvimento.

Seguindo esse raciocínio, Sousa (1997) mostra que existe uma correspondência entre a situação de “não saber” que a enunciação coloca ao leitorado e o “saber” imposto pelo título. Segundo a autora, a relação entre o conhecido e o desconhecido é trabalhada por meio da enunciação linguística a partir da disposição do título na diagramação e pela utilização de índices como dois pontos e hifens.

É a novidade que faz o traço específico da informação, a ruptura que se produz no cotidiano determina a característica informativa do acontecimento. Mas o novo existe em função do conhecido, ou dizendo de outra forma, o novo é perceptível a partir da relação com o cotidiano. (SOUSA, 1997, p. 120)

Mouillaud (1997) classifica os títulos em dois tipos: fechado e aberto. O primeiro diz respeito àqueles dispostos nas páginas internas dos jornais, sendo associado às retrancas. São eles que determinam quais itens admitidos e repartidos nos periódicos e limitam os assuntos no topo das páginas. Os títulos abertos, por outro lado, correspondem àqueles presentes na primeira página, ou seja, na capa do jornal. Deste modo, este é o tipo que interessa para este trabalho, pois ajudará em relação aos títulos presentes na capa da revista.

A autora trata as páginas externas do jornal como uma membrana que corresponde à interface do periódico com o mundo exterior. Segundo ela, enquanto os títulos internos são constituídos por enunciados invariantes, formando uma região permanente do jornal, os enunciados nas páginas externas são imprevisíveis, pois dependem do acaso da informação.

Para Mouillaud (1997), as páginas abertas podem ser de duas modalidades de acordo com a falta de referência (títulos informativos) ou a posse de um *status*¹⁰ de referência (títulos de referência). Os dois tipos têm em comum o fato de não terem autonomia, pois precisam de um complemento para que consigam transmitir todo o sentido desejado.

¹⁰ Grifo feito pela autora

A autora explica que os títulos informativos são caracterizados por formar uma frase e apresentarem uma afirmação. Este é o caso do título “Jipe-robô investiga composição do solo no interior paulista”, publicado no dia 16 de dezembro de 2013 no site do jornal Folha de S. Paulo. Comparando com os títulos de referência, que podem se prolongar por vários números sem passar por nenhuma modificação, os informativos são uma ocorrência única. Por conta disso, em muitos casos o informativo é utilizado para complementar o de referência.

O título aparece como um microsistema em que se refletem as duas funções do jornal: a evocação (e o reforço) de um paradigma e a produção de uma diferença (das duas funções, a segunda oculta a primeira, que permanece implícita). Como já vimos, a escolha dos paradigmas pertence à decisão de um jornal, representa sua singularidade (como indivíduo ou como gênero); por consequência, ele é seu atributo legítimo. Ao contrário, a produção da diferença é uma obrigação; sua ausência é um motivo de polêmica nos diversos jornais. (MOUILLAUD, 1997, p. 107)

Mouillaud (1997) também explica que os títulos de referência e os títulos informacionais tem relação opostas com as matérias às quais se referem. O primeiro está ligado ao artigo como um todo, de modo que a transformação do texto em título referencial constitui uma operação de classificação. Por consta disso, o título referencial é mais amplo que a notícia, de modo que pode representar, inclusive, uma série aberta de artigos. Em contrapartida, os títulos informacionais são produzidos a partir de um elemento da matéria, representando uma singularidade e sendo, portanto, exclusivo.

Para ilustrar, pensemos nos seguintes títulos fictícios: “Astronautas brasileiros chegam à lua” e “A missão aeroespacial brasileira”. O primeiro caso corresponderia especificadamente a uma notícia em particular que anuncia a chegada de brasileiros na lua. Embora pudesse abordar mais detalhes da missão, o título foi produzido a partir de um elemento particular e principal do noticiário. Por outro lado, o segundo título traz uma ideia mais ampla do assunto e poderia retratar confortavelmente uma série de reportagens sobre a missão brasileira.

Outro aspecto importante em relação aos enunciados presentes nas capas de revistas é levantado por Puzzo (2009), ao explicar que o crítico-linguista russo Bakhtin abriu a possibilidade para os estudos da linguagem numa perspectiva verbo-visual. Essa visão torna-se fundamental para compreender a construção significativa das capas de revistas, cujos títulos são fortemente ligados às imagens correspondentes. Desta forma, a autora considera as capas de revistas gêneros discursivos secundários, uma vez que

exigem um processo mais elaborado durante a produção, formado por diversos elementos como fotos ou imagens, letras de tamanhos e fontes variáveis nos títulos e subtítulos, além dos elementos que compõem o gênero, como a assinatura.

Assim, a articulação entre a linguagem verbal e a visual, além de atrair a atenção do público, despertando o desejo de compra e propiciar a apreensão imediata dos assuntos tratados na revista, exerce o poder persuasivo, levando-o a encampar as ideias subjacentes ao enunciado expresso. Na composição da página circulam informações sob o viés de um grupo socialmente constituído que expressa também um julgamento de valor, geralmente imbricado na informação, levando à apreensão dos fatos sob um prisma determinado, inapreensível à primeira vista e que direciona a leitura dos fatos reportados nas matérias internas das revistas. (PUZZO, 2009, p. 130)

Puzzo (2009) também destaca que, embora o leitor espere reportagens imparciais, restritas à simples apresentação dos fatos, não é isso o que acontece, principalmente no diz respeito às capas de revistas, nas quais os elementos são tratados de modo a representarem da melhor forma a linha editorial da mídia. As fotos, por exemplo, deveriam ser uma representação mais próxima possível da realidade, entretanto a mensagem que expressam dependerá de vários fatores, como enfoque, enquadramento e articulação com os enunciados verbais (os títulos).

Com base nas explicações acima, a presente pesquisa estudou as capas das edições especificadas no início deste capítulo (janeiro a dezembro de 2012), considerando as linguagens visual e verbal, com destaque nessa última. O acesso ao material foi garantido por meio da assinatura da revista durante o período, com exceção do exemplar de janeiro, cuja capa foi adquirida online.

Durante 2012, percebeu-se que quatro marcas enunciativas predominantes nas capas e, por isso, o *corpus* foi dividido em grupos referentes a cada uma delas para a realização da análise. Essa divisão permitiu uma melhor investigação do material, na busca por características semelhantes em cada grupo. Assim, foram analisadas os títulos e chamadas das reportagens principais, levando em consideração os índices presentes neles e a relação que estabeleciam entre as fotografias/ilustrações e condições de produção para o estabelecimento do discurso científico.

CAPÍTULO 5 – ANÁLISE DO CORPUS

Uma primeira observação mostrou que a Superinteressante tem preferência por títulos referenciais tanto nas páginas internas, das notas às grandes reportagens, quanto nos títulos das capas, nosso *corpus* de análise. Esse padrão aparece em todas as edições analisadas, de modo que as chamadas para as reportagens ficaram responsáveis por informar melhor sobre o assunto do texto. Em alguns casos as chamadas utilizavam a mesma forma de títulos informativos a fim de prender a atenção do leitor com alguma informação.

Durante a análise, percebeu-se quatro marcas enunciativas recorrentes nos temas principais: contraposição ao senso-comum, otimismo e a busca pela perfeição, futuro e relação entre homem e animais de estimação. De modo geral, a temporalidade foi marcada principalmente por verbos no presente, todavia formas verbais no futuro e passado foram utilizados de acordo com a intenção do enunciador.

As capas como um todo, considerando todos os elementos visuais e verbais, foram construídas, segundo os princípios da lei de encadeamento. Isso porque os títulos não se basearam em uma informação específica do texto, mas em um panorama temático. Entretanto, pôde-se observar também a lei da informidade nas chamadas, pois algumas tinham a intenção de informar, mesmo que indiretamente, e foram construídas no “não saber” do coenunciador.

5.1 Contraposição ao senso comum

O patrimônio cultural de uma sociedade pode ser de duas naturezas: o material, representado pelos bens que consideramos visíveis e concretos, e o imaterial, os bens perceptíveis e vividos que podem ser transmitidos. De acordo com Silva (2011), os saberes que compõe essas duas vertentes são delimitadas pela ciência e pelo senso comum, respectivamente, e estão em constante relação.

Conforme já foi explicado no primeiro capítulo, a produção do conhecimento científico ocorre em um contexto específico, de modo que para uma ideia ser aceita, é necessário todo um procedimento que garanta sua veracidade. Essa exigência fez com

que a ciência fosse vista pela sociedade como o caminho para a obtenção da verdade a partir do século XVIII, segundo Luz (1988)¹¹.

Por outro lado, Silva (2011) explica que o senso comum trata-se de um conhecimento básico, produzido no cotidiano, e é neles que as pessoas baseiam suas ações diárias. Ele “representa a realidade em que estamos inseridos, é um conhecimento fértil, representa as inquietações do sujeito.”. O senso comum relaciona-se tanto aos sentidos quanto ao raciocínio, pois pode levar em conta tanto os órgãos sensoriais, quanto a reflexão sobre determinada situação.

Segundo Paty (2003), a expressão “senso comum” significa uma espécie de síntese instintiva (e intuitiva) difundido e, provavelmente generalizado, em uma sociedade.

Para alguns, “senso comum” equivale à “opinião comum” e se relaciona com os usos de uma cultura ou de uma dada civilização, impregnado de seu imaginário e de idéias convencionais ou preconceituosas: neste caso, senso comum se opõe à razão crítica e ao espírito científico. Para outros, o “senso comum” seria um fundo de noções e de aptidões necessárias ao exercício da capacidade de julgar partilhado por todos os homens, inscrito por toda a eternidade na natureza humana, que constituiria a base inalterável de todo pensamento racional e, portanto, de toda ciência. (PATY, 2003, p. 10-11)

Retomando a relação entre ciência e o senso comum no patrimônio cultural, Silva (2011) explica que a ciência rompe com o senso comum por considerá-lo “ilusório, superficial e falso”, pois este representa as opiniões, o conhecimento vulgar e a experiência imediata; características que se opõe à metodologia científica.

Mesmo assim, embora a ciência seja vista hoje como a “senhora do saber”, ainda é muito difícil para este campo romper com uma ideia ou conhecimento fortemente difundido em determinada cultura, afinal quem garante que a ciência é suficiente para aquisição de novos conhecimentos?

Segundo Party (2003), a garantia se dá por duas razões. Primeiro porque o conhecimento científico abrange toda a evolução e progresso desse conhecimento com os resultados verificáveis e a unidade do pensamento conferida a ela. Segundo porque a ciência está constantemente se autoquestionando.

Esta justificativa, entretanto, não impede a resistência das pessoas em relação a descobertas que tenham esse efeito. Quando isso acontece, o interesse da sociedade pelo

¹¹ Citado por Silva (2011)

tema aumenta automaticamente, na busca por boas justificativas que embasem o “novo valor”. Esse é o contexto no qual este grupo da análise está inserido, pois apresenta marcas enunciativas de rompimento com valores do senso comum.



Edição 302 (março/2012)



Edição 304 (maio/2012)



Edição 305 (junho/2012)



Edição 309 (setembro/2012)



Edição 311 (novembro/2012)



Edição 312 (dezembro/2012)

Desta categoria fazem parte seis exemplares da revista (capas vistas anteriormente): março (nº 300), maio (nº304), junho (nº 305), setembro (nº309), novembro (nº 311) e dezembro (nº 312). As edições abordaram os temas religião, infância, autoajuda e saúde, alguns dos quais são relativamente polêmicos.

A edição de março aborda sob uma perspectiva diferente diversas características consideradas ruins para se levar uma vida melhor hoje em dia. Com o título “O lado bom dos seus problemas”, o trecho “o lado bom” recebeu o destaque por meio do negrito e tamanho da fonte, para fazer um contraste com a palavra “problemas”.

No subtítulo, a associação dessas características com a palavra “defeitos” é utilizada para quebrar o discurso de autoajuda, fortemente instituído no atual contexto da sociedade. Essa intenção é firmada no trecho “podem ser suas maiores virtudes”. O verbo poder abre a possibilidade de que essas características tão desprezadas hoje na verdade tem seu lado positivo e, na verdade, é algo bom ao serem associadas à palavra “virtude”.

A linguagem visual é constituída por uma fotografia na qual um homem apresenta uma expressão facial tranquila enquanto uma tempestade acontece ao redor. As nuvens carregadas sob a cabeça do modelo contrastam-se com a calma dele,

representada pelo esboço de um sorriso. Embora a imagem não seja tensa, ela desperta a curiosidade do leitor.

Em torno da imagem, três chamadas complementam o título ao destacarem algumas das características consideradas problemas (ansiosos, depressão e tímidos). Elas fazem um paralelo entre problema e benefício o que estimula mais ainda a curiosidade do leitor, uma vez que parecem características opostas, o que é bastante marcado em “Como a depressão pode levar à felicidade”. Assim, formam os pares: depressão – felicidade, ansiosos – espertos, tímidos – trabalhar melhor.

A temporalidade foi marcada pelos verbos no presente, como “pode”, “torna”, “trabalham” e “entenda” e também foi encontrados indivíduos linguísticos, marcado pelo pronome possessivo “suas”, referentes ao coenunciador.

No mês de maio a revista trouxe na capa um tema difícil de abordar. O ethos das crianças caracterizado pela inocência, candura e pureza é colocado de lado com o título “Pequenos Psicopatas”. O contraste entre os dois ethos (o proposto pela reportagem e o culturalmente estabelecido) é intensificado com a ilustração, na qual aparece um menino prestes a decepar com uma tesoura de jardinagem a cabeça de um ursinho de pelúcia, símbolo da inocência e pureza dos pequenos. A linguagem visual associada à palavra psicopata, para a qual foi dado destaque, causa certa agonia no leitor.

O tema é tão estranho ao que é aceito pela cultura que a revista inicia o abre com a frase “Sim, existem crianças que já nascem más.”. O índice “sim” é uma forma encontrada pela revista de responder ao questionamento já previsto por parte de qualquer pessoa. Ele afirma e intensifica essa afirmação com o verbo existir e o índice de temporalidade “já” antes de “nascem más”.

A temporalidade do enunciado utiliza os verbos no presente, não para delimitar a mensagem ao presente da enunciação ou ao momento de interpretação do enunciado, mas para abranger um tempo geral. O uso do hífen fez um jogo com o desconhecido no trecho “Saiba do que são capazes – e conheça as incríveis histórias de quem convive com elas (...)”. O “quem” é um dos indivíduos linguísticos utilizados nesta capa. Ele se refere a uma terceira pessoa do enunciado: alguém que não faz parte da comunicação.

Em junho, a revista propõe uma releitura da Bíblia, livro sagrado para as religiões cristãs, predominantes no país, com o título “A Bíblia como você nunca leu”. O advérbio “nunca” faz o leitor esperar por uma visão completamente nova do livro, caracterizado por conter ensinamentos para os cristãos ter uma vida correta.

A linguagem verbal presente no título parece anunciar uma visão distanciada da bondade pregada pelo livro, quando visto em conjunto com a linguagem visual, na qual a bíblia encontra-se aberta sobre uma mesa, envolta em uma atmosfera sombria, marcada por cores escuras. Sobre as páginas do livro, ilustrações em 3D de passagens famosas, mostram cenas sangrentas e de corrupção.

Desta forma, a ideia transmitida é de que a Bíblia não é tão “pura” como se imaginava e os ensinamentos talvez não sejam tão corretos quanto é pregado pelas religiões. O discurso é reforçado pela chamada no qual são citados exemplos de temas considerados ruins pelas normas cristãs (“Pena de morte. Sacrifícios. Palmadas nas crianças. Sexo e bebedeiras.”). No trecho “Conheça o outro lado do Livro Sagrado.”, o “outro lado” mais uma vez reforça o contraste entre o que é esperado e pregado em relação à Bíblia e a verdade presente nas linhas.

O tema religioso também foi capa da edição de dezembro e, por isso, quebrarei a ordem cronológica da análise, para colocar os temas juntos. Enquanto a edição anterior abordava a religião sob um aspecto mais sombrio, esta já é bem mais serena. A linguagem visual é constituída por uma imagem padrão nas religiões cristãs quando se referem a Jesus Cristo, uma vez que retrata uma mão, fonte de luz, em um fundo que remete ao céu.

A imagem clara e iluminada não dá um sentido negativo ao título e subtítulo “Jesus: a verdade por trás do mito”. Ao contrário, ela ameniza qualquer agressividade que poderia significar para os religiosos, devido à atmosfera pacificadora. É possível, entretanto, perceber a oposição que o subtítulo sugere à ideia formalizada culturalmente na sociedade ao utilizar os termos “verdade” e “por trás”, afirmando haver algo desconhecido sobre a figura religiosa.

A informação será mais uma vez atenuada com a linguagem verbal da chamada, responsável por dar mais dados sobre a matéria. Isso porque são descritas uma série de características físicas (moreno, baixinho, cabelo curto) e acontecimentos históricos (“Não foi traído por Judas.”, “Nem nasceu no Natal.”) que explicam de que verdades se trata a reportagem. Assim, não há um questionamento tão forte quanto à figura de Jesus, mas a uma visão europeia instituída pela Igreja Católica, uma das principais no país.

Mais uma vez é utilizada uma expressão no final da chamada que teria um sentido pejorativo se não fosse a composição da capa (a verdadeira face de Cristo). Neste caso, a palavra “face” pode tanto significar à pessoa em si (psicológico), quanto ter o sentido literal da palavra e remeter às características físicas de Jesus.

A capa da edição de setembro inovou no layout ao trabalhar a ideia de cofre e segredo. Embora a associação não seja novidade, a forma como fizeram a capa permitiu ao coenunciador realmente “abrir o cofre” para ter uma prévia do título “25 segredos que estão escondendo de você”. O tempo verbal no gerúndio “estão escondendo” deixa bem claro a intenção em omitir determinadas informações que, pela forma como a revista põe, parecem ser relevantes para as pessoas.

Esse estilo de título lembra bastante as postagens de blogs nas quais os autores fazem relações de coisas sobre pontos temáticos, sendo uma boa tática para despertar a curiosidade do leitor. Esse efeito é intensificado com a linguagem visual formada por um cofre, sobre o qual o título foi escrito e que convida o leitor a abrir, desdobrando a capa da revista. Ao fazer isso, encontra-se uma ilustração referente ao interior do cofre com dez gavetas, cada uma com uma chamada para um dos segredos, conforme a ilustração a seguir:



Edição 309 (setembro/2012 – parte interna)

Essas pequenas chamadas substituíram a forma tradicional e correspondem a pequenos títulos informativos, cuja temporalidade é constituída por verbos no presente (ser, mentir, haver, engordar e guardar), conforme acontece no jornalismo para deixar a notícia sempre atualizada. Essa opção pelos títulos informativos foi mais uma forma de

atizar a curiosidade do leitor. O fato de a gaveta de cada título também precisar de chave para abrir faz o leitor questionar o porquê de tanta segurança e, conseqüentemente, folhear a revista para descobrir.

Nesta parte da capa foram utilizados os indivíduos linguísticos pronominais (“você” e “sua”), mas também os nominais (“cientistas”, “médicos” e “EUA”). Neste caso os substantivos indicavam uma classe ou um grupo.

Os segredos revelados na capa contrapõem-se a toda uma crença cotidiana, seja no trabalho, saúde e segurança, por exemplo. Para fazer essa oposição a determinado discurso ou ideia, foram utilizadas as partículas “só” e “não” (“você só recebe (...)”, “(...) não é salmão”, “fazer exercícios não é a maneira (..)”).

Uma observação é que a revista quebra a imagem perfeita que os cientistas costumam ter na sociedade com o título “1/3 dos cientistas mente”. Esta foi a única vez ao longo do ano em que a revista não apresentou a ciência como a detentora máxima do saber e fez uma crítica forte à sociedade científica ao utilizar o verbo mentir.

Para encerrar o grupo, será feita a análise da edição do mês de novembro. Desta vez o tema é saúde e aborda um assunto complicado na sociedade, hoje mais preocupada seja com o bem-estar, seja com o corpo perfeito. O título “A dieta da ciência” chama a atenção por si só, pois pode dar a impressão de que uma fórmula milagrosa foi encontrada para a prática. Essa visão é reforçada com a linguagem visual na qual uma embalagem de batata frita típica de *fast food* destaca-se e acompanha o título. Na linguagem verbal, a palavra ciência ganhou destaque no título, proporcionando um efeito de credibilidade nas informações que virão na reportagem e mesmo na chamada, que já dá dicas do que esperar do texto.

Se uma rápida leitura desses elementos pode fazer o leitor pensar que a ciência teria liberado a ingestão de alimentos que não são considerados saudáveis, a chamada mostra que a reportagem não trata de liberar esse tipo de alimentação, nem de apresentar a dieta milagrosa. Nela são apresentados alguns aspectos sobre o tema, mas que são apenas possibilidades, marcadas pelo verbo poder (“Chocolate pode emagrecer.”, “Adoçante pode engordar.”) e pela comparação entre batata frita e droga (“Batata frita vicia tanto quanto droga.”), única afirmação feita.

O sujeito da enunciação, a ciência, apareceu de forma mais direta, garantindo a credibilidade das pesquisas. Essa marca aparece nas expressões “novas descobertas” e “revolucionando”, de modo que essas novas informações passam a ter prestígio.

5.2 Otimismo e a busca pela perfeição

No início da modernidade, com a evolução dos estudos sobre o corpo humano, este começou a ser equiparado a uma máquina. Conforme explica Dantas (2011), o corpo passou a ser visto como um mecanismo regido por determinados princípios que alimentam “suas engrenagens” e promovem o bom funcionamento. Essa comparação permitiu que ele fosse estudado, reconstruído e manipulado de modo que cientistas e médicos pudesse prever seu funcionamento.

A autora explica que aumenta diariamente o apego das pessoas a possíveis descobertas que atendam os anseios e necessidades modernas sobre o corpo humano, pois a objetividade no conhecimento permite maior eficácia em ações no corpo. Isso, considerando a possibilidade de ele ser modificado por meio de intervenções da ciência.

O corpo, na atualidade, parece assim se apresentar como uma síntese de desejo, ciência e tecnologia, a serviço do chamado bem-estar. Isto porque a tecnologia desenvolvida pela racionalidade científica e os valores e sentidos produzidos no mundo social agora constroem corpo. (...) O corpo contemporâneo precisa ser melhorado, ampliado, ajustado, modificado e, até mesmo, criado. Precisa de próteses químicas e de procedimentos de toda ordem que o tornem forte, belo e adequado ao cenário atual. (DANTAS, 2011, p. 901)

Assim, uma das principais demandas científicas na atualidade é a busca de fórmulas e métodos para fazer com que o homem consiga superar os limites para obter um corpo perfeito e, conseqüentemente, ter mais chances de sucesso. Este foi o discurso utilizado nas revistas deste grupo, exceto na edição de agosto, onde o tema é a sorte. Ainda assim, a possibilidade de manipular a sorte, é uma forma de busca pela perfeição.

Foi observado, de modo geral, que a ciência mostrou-se otimista em todas as edições diante dessa busca pela perfeição. Os enunciados presentes na capa sempre mostravam melhorias às quais os leitores logo terão acesso ou dicas para que estes trabalhassem determinada característica a fim de aprimorá-la.

De acordo com o minidicionário Aurélio da língua portuguesa, otimismo é definido como “sistema de julgar tudo o melhor possível, de achar que tudo vai bem.”. Esta foi a segunda marca enunciativa encontrada em cinco revistas do *corpus* deste trabalho: janeiro (nº 300), fevereiro (nº 301), abril (nº 303), julho (nº 306) e agosto (nº 307). Nesses exemplares, cujas capas podem ser conferidas a seguir, a ciência mostrou-se otimista pela busca da perfeição em diversos setores.



Edição 300 (janeiro/2012)



Edição 301 (fevereiro/2012)



Edição 303 (abril/2012)



Edição 306 (julho/2012)



Edição 307 (agosto/2012)

O ano de 2012 começou com uma edição otimista para a felicidade. Os cientistas encontraram uma maneira de alcançá-la a partir das lembranças e com o título e subtítulo, “Memória: mude seu passado. E seja mais feliz.”, a solução é apresentada ao leitor.

A explicação segue na chamada da matéria com a frase “Lembranças positivas são a chave para se levar uma vida melhor.” Entretanto, conseguir esse feito não é algo considerado possível em uma primeira leitura. É neste momento em que a ciência é apresentada como a salvadora no trecho “E a ciência já conhece as ferramentas para criá-las.”. Outro destaque é o verbo “criar” na mesma frase, pois supõe que não há mais necessidade de vivenciar os bons momentos para formarem a memória, eles podem ser criados artificialmente pelos cientistas.

A linguagem visual, embora importante, não tem um papel fundamental neste caso para compreensão do discurso utilizado. Ela apresenta um cérebro formado por vários objetos que poderiam fazer parte de diversas fases da vida de uma pessoa. A composição pode até passar a ideia da construção de memórias, pretendida pelo título.

A temporalidade foi marcada pelos verbos no presente (“mude”, “seja”, “são”, “conhece”), de modo que o tempo pode referir-se tanto ao momento da enunciação quanto ao da interpretação do enunciado. O índice “já”, entretanto, está mais associado

a um tempo imediato, de modo que a expressão “já conhece” está relacionado ao momento da enunciação.

No mês de fevereiro, a capa apresentou o título “Como fazer um superbebê”, lembrando um manual de instruções. O nome “superbebê” é destacado em caixa alta e negrito, e é associado à ideia de perfeição.

A temporalidade é marcada, na maior parte, por formas verbais no futuro (serão, terão, vai ter), ao contrário dos casos anteriores. Ela traz uma ideia de futuro próximo e, percebe-se novamente uma ênfase no “manual de instruções” pela escolha do verbo “projetar” no trecho “Eles serão projetados por cientistas (...)”. O presente é utilizado apenas para convidar o leitor a mergulhar nas páginas da revista (“Conheça os bebês (...)”) e mostrar que a existência dos superbebês não é uma realidade distante, na verdade, já existem casos. Mais uma vez o “já” (“E eles já começaram a nascer.”) foi utilizado para representar um presente imediato.

Um importante dado observado na linguagem visual desta edição é a foto utilizada para acompanhar o título. Associando à ideia de perfeição, a capa traz a fotografia de um bebê com traços físicos típicos do estereótipo de pessoas perfeitas: uma visão europeizada de beleza, com pele branca e olhos claros. A ideia é complementada quando algumas características são associadas aos órgãos da criança (“Imune à miopia”, “resistente à obesidade” e “maior capacidade para aprender”).

Este pode ser um problema diante da sociedade palco de um racismo camuflado como o que vivemos, ainda mais considerando a história do país na qual o padrão de beleza são aqueles com traços europeus. Este trabalho não tem a intenção de criticar a edição da capa ou afirmar que deveria haver uma criança negra ao invés da branca, mas o que se questiona é o processo, os motivos que levaram a escolha da criança branca com olhos azuis para representar o superbebê.

Nesta edição foram utilizados diversos indivíduos linguísticos para indicarem pessoas do próprio enunciado. Realizaram essa função os pronomes “eles” (superbebês) e “você” (coenunciador), os substantivos “cientistas” (categoria de pesquisadores) e “pais” (uma terceira pessoa do enunciado).

O mês de abril destacou-se por uma capa na qual foi associada a matéria que aborda a imortalidade aos super-heróis. A linguagem visual reconstrói uma cena clássica do Super-homem a partir de uma ilustração na qual um homem retira a blusa para mostrar o símbolo do herói no uniforme. Entretanto, o símbolo é substituído pelo título “Os segredos dos imortais”. O destaque desta edição dado à palavra “imortais”,

prende a atenção do leitor ao se questionar o que seria exatamente esses “imortais” e os fazendo pensar que existe uma possibilidade de alcançar esse estágio.

A explicação do termo ocorre no início da chamada com a frase “Eles passaram por situações extremas – e sobreviveram.”. Desta forma, a revista trata por “imortais” aqueles que conseguiram sobreviver diante de experiências nas quais uma pessoa comum dificilmente conseguiria. O uso do hífen antes do verbo sobreviver intensificou o “poder” de sobrevivência dessas pessoas ao trabalhar a relação entre o conhecido e o desconhecido no enunciado.

Desta vez a ciência não foi apresentada como a salvadora que tem a solução para a imortalidade. Mas como quem vai desvendar esses segredos para beneficiar as outras pessoas. O uso do indivíduo linguístico “você” em “(...) para entender como você pode viver mais.” Aproxima mais ainda o leitor da revista e o coloca diretamente como beneficiado. O objetivo da matéria é uma visão melhor do futuro, no qual as pessoas podem prolongar os anos de vida. Outros dois indivíduos linguísticos marcaram a presença de outras pessoas no enunciado: “eles” para se referir aos imortais, e “ciência”, para a classe de cientistas.

A temporalidade do enunciado foi demarcada com o uso dos verbos no passado, quando se referiram aos feitos dos “imortais” (passaram, sobreviveram) que ocorreram antes da enunciação, e com o advérbio de tempo “agora”, para tratar do momento da enunciação. Como em reportagens essas marcas são escolhidas de forma a aproximar o tempo do leitor, com o objetivo de deixar a matéria sempre atual, o “agora” também pode referir-se ao momento de interpretação do coenunciador.

Em julho, a Superinteressante abordou os segredos da mente, com o título “A chave da concentração”. A expressão “a chave” dá a entender que a revista vai revelar um método para ajudar o leitor a se concentrar melhor nas atividades diárias e assim conseguir a produtividade desejada.

A fotografia utilizada para linguagem visual de capa retrata uma pessoa aparentemente controlada, dando a impressão de que executa a tarefa (equilibrar as cartas) com tranquilidade. Essa característica é inclusive uma das dicas que a revista dá durante a reportagem. As cores utilizadas na imagem e o foco de luz direcionado para a cabeça do modelo, que carrega uma expressão serena ajudam a construir esse significado.

A chamada inicia com uma oposição entre o funcionamento do cérebro e o ato de se concentrar com a frase “Nosso cérebro não foi programado para manter o foco.”.

Esse enunciado parece desanimador por afirmar que nosso cérebro “tem um defeito”, mas ao mesmo tempo acalma os leitores, pois este “defeito” é uma regra entre os seres humanos. O otimismo surge, então, na oração seguinte, quando o enunciador mostra que há solução para este problema e, para isso, utiliza a partícula de oposição “mas” em “Mas é possível aprender a dominar sua mente.”. Essa solução é marcada com o adjetivo “possível” e o verbo “dominar”.’

A temporalidade é marcada pelo passado (“não foi”) para indicar um estado iniciado em um momento anterior à enunciação e no presente (“é”) para se referir a um estado geral. Os pronomes possessivos “nosso” e “sua” foram os indivíduos linguísticos encontrados no enunciado, mais especificadamente na chamada da capa. Observou-se que o uso do “sua” é uma forma de aproximar o enunciador do coenunciador, ao falar diretamente com ele.

A ideia de poder controlar algo para uma se alcançar a perfeição ou obter benefícios também foi trabalhada na edição de agosto cujo título e subtítulo são “Sorte: você pode controlar a sua”. A possibilidade de determinar o próprio destino já apareceu de forma mais direta com a locução “pode controlar” no subtítulo.

Ao dar o poder de manipulação da sorte aos leitores, a capa torna-se altamente atrativa, uma vez que o tema é de grande interesse. Dando sequência ao título, a chamada inicia colocando todas as pessoas no mesmo nível com a afirmação “Todo mundo tem sorte e azar.” o que, de certa forma, instiga mais a curiosidade do leitor, afinal esta afirmação é de conhecimento geral. Então qual seria a novidade?

A partícula adversativa “mas” é novamente utilizada para acrescentar uma nova informação a este conhecimento geral e opor-se ao fato de que as pessoas são submetidas à sorte. Além disso, a partícula serviu para introduzir a ciência, detentora do saber, como a salvadora que dará a fórmula. Pode-se visualizar esse significado no trecho “a ciência já sabe” e “não acontece por acaso”. No trecho “(...) sim, é possível aumentar suas chances na vida.”, o “sim” reforça o discurso científico e enfatiza a possibilidade de aumentar as chances.

Mais uma vez os indivíduos linguísticos “você” e “sua” foram utilizados para aproximar o discurso do leitor particularmente. Além desses, também foi utilizado “todo mundo” para se referir ao universo de pessoas e “ciência”, novamente representando a classe de pesquisadores.

A linguagem visual da capa foi trabalhada de modo que a sorte fosse vista como certa pelos leitores. Para isso, foi utilizada uma ilustração de um dado, símbolo de sorte

em jogos, no qual todas as faces apresentam o número máximo de pontos, ou seja, seis. A base onde o dado se encontra foi representada pela cor verde com cifrões espalhados sobre ela. Essa escolha de cores e símbolos associa a ilustração a jogos onde são realizadas grandes apostas e dependem da sorte (teoricamente) dos participantes.

5.3 Futuro

A curiosidade é uma característica já retratada pela história desde os primeiros relatos sobre a origem humana, conforme explicam Peroza e Resende (2011). Este foi o caso de Pandora, que de acordo com a mitologia abriu a “caixa”, deixando escapar os males; e Eva, “instigada pela serpente” para colher o fruto proibido.

Os autores explicam que o “ser curioso” é responsável pelas investigações no mundo e faz parte da atividade produtiva humana, constituída por habilidades responsáveis por realizar atividades complexas para a satisfação das necessidades ou para manipular e moldar os objetos conforme a própria vontade do homem. Eles explicam que, segundo Paulo Freire, o sentido da curiosidade está ligado às condições sociais, históricas e econômicas nas quais um indivíduo se encontra. O que em outras palavras significa que as pessoas são curiosas por coisas relacionadas ao contexto no qual estão inseridas.

Falar sobre o futuro é um dos temas que mais instigam a curiosidade humana, pois entra em uma área completamente desconhecida. Isso justifica o sucesso de ficções científicas, por exemplo, nas quais as tecnologias mais avançadas são incorporadas em histórias futurísticas. Embora cientistas prevejam como a sociedade será estruturada e organizada ou quais tecnologias estarão disponíveis daqui a alguns anos, não existe certeza absoluta sobre esta realidade.

Tendo em mente esses conceitos, a revista Superinteressante dedicou as duas edições extras (agosto e dezembro) publicadas em 2012 para abordar o tema. Um aspecto interessante é a revista investir no tema desses números justamente quando comemora os 25 anos de publicação. Assim, ela pode fazer um paralelo entre o aniversário da revista e o que esperar nos próximos anos.



Edição 308 (agosto/2012)



Edição 313 (dezembro/2012)

Em agosto a Revista Superinteressante completou 25 anos de publicação. Para comemorar, foi lançada uma edição histórica na qual o vermelho tradicional da capa foi substituído pela cor prateada a fim de marcar as bodas de prata. Esta edição extra foi inspirada na capa da primeira edição da revista (1987), e abordou as previsões para o futuro, com o título “O futuro: como ele será. E como não será”.

Na chamada, o enunciador estabelece uma oposição entre as ideias tidas até então sobre o futuro com a frase “As previsões que você ouviu estavam erradas.”. Este é o único momento no qual os verbos aparecem no passado, exatamente para demarcar a temporalidade do enunciado, pois tudo o que se imaginava sobre o futuro até aquele momento é errado.

A seguir, o enunciado quebra o ethos da ciência de “senhora da verdade” ao mostrar que ela também foi surpreendida. No discurso não houve a intenção de criticar o campo, mas esse jogo aumenta a expectativa do leitor. Isso é observado no trecho “(...) o futuro será bem mais surpreendente do que a ciência imaginou.”.

A imagem foi uma releitura da capa de 1987 e a linguagem visual remete a um espaço mais tecnológico, lembrando cenas das histórias de ficção científica. O destaque da ilustração é o trem no meio da página, cujo perfil é típico de evolução e uma sociedade mais desenvolvida. O trem segue em alta velocidade na direção do leitor e, ao

mesmo tempo, é como se direcionasse para um lugar desconhecido. O título “O futuro”, situado sob o condutor, talvez fosse a direção que a máquina toma.

Enquanto a edição especial de agosto aborda um futuro distante, a extra de dezembro trata de um futuro mais específico que já está dando os primeiros passos, tendo a estrutura das cidades como destaque. No título “A revolução das cidades”, a ideia é tratar as mudanças futuras como grandes revoluções, seriam cidades completamente diferentes das que estamos acostumados.

A revolução é apresentada na chamada com a frase “Metrópoles sujas, poluentes e estressantes serão parte do passado.” e quebra a ideia pessimista que possivelmente o coenunciador poderia ter sobre o futuro. A temporalidade do enunciado é trabalhada de forma diferente, pois mistura o presente com o futuro. Nessa mesma frase citada, por exemplo, o substantivo “passado” refere-se ao presente da enunciação, enquanto o verbo “ser” indica um tempo à frente. Além disso, o enunciador traz o futuro para o presente em “Esse futuro já começou.” e o aproxima do leitor no trecho “E já chegou ao Brasil.”.

Uma importante observação é que a ciência não aparece como a principal responsável por esta revolução, o que mais uma vez se opõe ao ethos desse campo. Com a frase “Hoje é das grandes cidades que brotam as melhores soluções para o planeta.”, reforça o discurso de que a “salvação” não vem dos laboratórios, mas das cidades consideradas “perdidas”.

A linguagem visual trabalha bastante com a cor verde, fazendo alusão ao discurso ecológico e remetendo à natureza. O verde, inclusive, substituiu o vermelho nas bordas da capa e logo da revista. A cidade do futuro é apresentada como verde e tecnológica na ilustração, indicando pistas do que o leitor pode encontrar na reportagem. Quatro balões com pequenos títulos e subtítulos que seguem o padrão de títulos referenciais utilizados pela revista. Os balões foram inseridos em lugares estratégicos da ilustração para apontar algumas mudanças futuras, instigando a curiosidade do leitor.

Ao longo das enunciações da capa, foram identificados índices de ostentação, como o pronome “esse” (futuro) e o advérbio de tempo “agora” (presente). Esses elementos identificaram o objeto a que se referem no discurso. Os indivíduos linguísticos foram marcados pelo uso dos pronomes possessivos “seu” e “sua”, mas uma vez aproximando o coenunciador do que é dito na enunciação.

5.4 Relação entre homem e animais de estimação

A presença de animais de estimação na sociedade é uma característica universal, iniciada nos primórdios da história da humanidade. De lá para cá, a relação entre os homens e animais tem-se desenvolvido graças a aspectos sentimentais bastante peculiares. Segundo Almeida, Almeida e Braga (2009), 27 milhões de cães e 11 milhões de gatos são adotados por brasileiros, o que reforça a ideia de uma nova relação estabelecida entre as pessoas e os animais domésticos.

Além de representarem fonte de apego e afeto, os animais de estimação desempenham inúmeros papéis seja para o indivíduo, no círculo familiar ou num contexto social mais amplo. Entre os muitos papéis representados pelos animais estão os mais óbvios e conhecidos como: cão para caça, para guarda, pastores de rebanhos, no trabalho policial, guia de portadores de necessidades especiais e outros papéis, ainda objetos de estudos e discussões. (ALMEIDA; ALMEIDA; BRAGA, 2009, p. 1)

Além disso, os autores ressaltam que ter um animal de estimação não se trata apenas de lazer e companhia, mas de benefícios para a saúde humana. Isso porque estudos têm mostrado que conviver com os animais diminui o nível de estresse, permite maior controle da pressão arterial e as chances de desenvolver problemas cardíacos são menores.

Nesse contexto, observar a importância dos animais de estimação para as pessoas não é muito difícil. Nas mídias sociais, por exemplo, diversas postagens são dedicadas a eles, seja lutando pela proteção dos bichos ou mesmo de forma humorística, como a página “Cansei de ser gato”, sucesso no Facebook. Cada vez mais os bichanos são tratados como membros da família e conseqüentemente compreender a relação com eles se tornou necessária.

A partir desse contexto, a edição de outubro (nº 310) da Superinteressante foi dedicada às descobertas recentes sobre o organismo dos *pets*, que podem influenciar diretamente na relação homem-animal de estimação. Sendo assim, as marcas enunciativas encontradas neste número pediram uma classificação diferente dos outros, uma vez que se referem a estudos corriqueiros, sem pretender buscar a perfeição, romper com alguma ideia fortemente difundida na sociedade ou abordar as perspectivas da vida no futuro.



Edição 310 (outubro/2012)

O título “Como eles veem o mundo” é absolutamente referencial sem apresentar qualquer informação sobre o tema. Isolado, até poderia significar uma explicação embasada por pesquisadores sobre o “ponto de vista” dos animais. Entretanto, a chamada muda a ideia simplista ao afirmar que a reportagem trata de pesquisas recentes e não tão corriqueira assim, como disse anteriormente. Isso pode ser conferido no trecho “Estudos surpreendentes revelam que cães, gatos e cia. são bem mais inteligentes e sensíveis do que a ciência imaginava.”.

O adjetivo “surpreendente” associa mais credibilidade ao estudo em questão e intensifica esse efeito no coenunciador. O ethos da ciência foi novamente “atacado”, nos mesmos moldes da edição especial de aniversário. Neste caso, os animais têm características mais potentes, digamos assim, do que a ciência acreditava até então. Outro ponto observado no abre é a expressão “(...) vai mudar para sempre sua relação com eles.” Com ela, espera-se uma descoberta muito grande, pois irá influenciar na forma como os seres humanos lidam com os animais.

Observou-se a presença de índices de ostentação, com o pronome “isso” referindo-se à descoberta, e o pronome possessivo “sua” como indivíduo linguístico. Os verbos no presente (“veem”, “revelam”, “são”), foram os principais constituintes da temporalidade nesta edição.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A teoria dos campos sociais foi fundamental neste trabalho para compreender a relação estabelecida entre ciência e mídia, concretizada no jornalismo científico. Levando em consideração que os campos sociais estão constantemente se projetando um no outro e que esta característica é o que determina a força de um campo, é fácil deduzir que a ciência exerce um poder maior durante a produção dos enunciados quando se trata de jornalismo científico. A mídia, campo estudado neste trabalho, funciona como mediadora, de modo que é construída por outros campos sociais e recicla suas memórias.

A ciência é caracterizada por ser uma instituição de grande credibilidade por conta dos métodos desenvolvidos ao longo da história para comprovar teorias e hipóteses. Isso, costuma reforçar o ethos de “dono da verdade”, contribuindo para uma “adoração” deste campo a quem raramente são direcionadas críticas. Assim, enquanto a produção científica é testada pelos métodos indutivistas, falsificacionista ou estruturalista; o jornalismo segue um conjunto de regras e princípios de produção que, historicamente, precisaram se adaptar às necessidades do mercado. Essa prática dificultou, inclusive, o reconhecimento desta área como campo de conhecimento pelos pesquisadores acadêmicos.

A diferença entre a produção científica e jornalística influencia diretamente no jornalismo especializado em ciência, segmento onde ocorre o encontro dos dois campos comentados acima. Ele é constante alvo de diversas críticas, feitas tanto por pesquisadores, quando as pesquisas não são divulgadas conforme deseja o cientista, quanto pelos próprios profissionais da área, quando não há uma crítica em torno da ciência, apenas a mera divulgação científica. Desta forma, o discurso científico é, sem dúvida, o mais presente nessa especialização do jornalismo, utilizado como forma de garantir a credibilidade do que se é noticiado e, em alguns casos, colocar a ciência em um alto patamar.

Diante dos conceitos de discurso trabalhados por Maingueneau e Charaudeau, percebe-se a importância do contexto no processo de significação do enunciado, do mesmo modo que o ethos do enunciador também contribui. O contexto juntamente com a forma que o enunciado foi construído é o que vai determinar a relevância dela em certo momento histórico ou para determinada sociedade. Por isso, Charaudeau comenta sobre os “efeitos de verdade” e o “valor de verdade”.

Somando isso às marcas linguísticas encontradas nas enunciações, é possível observar a forma como o discurso foi estruturado nos enunciados e quais discursos presentes. Analisar esses conceitos nos títulos é fundamental devido à importância que estes têm na hora de atrair os leitores para o periódico. Os títulos são, muitas vezes formas de já colocar a posição defendida pelo jornal, por exemplo, e podem aparecer de duas maneiras: informativos e referenciais, conforme Mouillaud (1997).

Durante a análise do *corpus*, observou-se uma preferência pelos títulos referenciais, sempre associados a uma chamada composta pelo que poderíamos considerar “títulos informativos” e uma linguagem visual atrativa, também responsável por levar mais informações sobre o tema tratado ao coenunciador. Interessante é que o processo de construção das capas era similar de acordo com as marcas enunciativas principais encontradas, de modo que possibilitou a divisão do corpus em grupos (Contraposição ao senso comum, Otimismo e a busca pela perfeição, Futuro e Relação entre homens e animais de estimação). Essa divisão, inclusive, mostrou a falta de criticidade do periódico em relação à ciência, confirmando as reclamações dos especialistas desse campo.

Um aspecto interessante sobre a revista é que, como ela já remete automaticamente a um periódico de divulgação científica, sendo importante característica do ethos da publicação, observou-se que o discurso científico aparecia implícito nos títulos e chamadas das capas. Ou seja, não havia a necessidade de falar diretamente a fonte das matérias, o leitor automaticamente faria a associação.

Outro importante aspecto é que, tendo um editorial cujo objetivo é aproximar o leitor das informações científicas, a *Superinteressante* cumpre esse papel com o uso frequente de indivíduos linguísticos. Esse método faz com que o enunciado dê a impressão de um diálogo, no qual o enunciador fala diretamente para o coenunciador. Desta forma, o discurso tornou-se menos formal, como geralmente costuma ser no campo científico, e mostra de que forma a matéria influencia diretamente na vida das pessoas, de modo que o enunciado cumpre seu principal papel de gerar uma ação no coenunciador.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Maíra Lopes; ALMEIDA, Laerte Pereira de; BRAGA, Paula Fernanda de Sousa. **Aspectos psicológicos na interação homem-animal de estimação**. 2009. Disponível em: <<https://ssl4799.websiteseguro.com/swge5/seg/cd2009/PDF/IC2009-0113.pdf>>. Acesso em: 30 dez. 2013.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997. 144 p.
- CALADO, Liliane de Andrade. **A ciência no jornalismo impresso: análise das reportagens do Suplemento Milenium - Jornal Correio da Paraíba**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/calado-liliane-cienciajornalismo-impresso.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2011.
- CHALMERS, Alan F.. **O que é ciência afinal?** São Paulo: Editora Brasiliense, 1993. 224 p.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Editora Contexto, 2009. 287 p. Tradução de: Angela M. S. Corrêa.
- CAPOZOLI, Ulisses. **Jornalismo científico e alienação Social**. Disponível em: <www.observatoriodaimprensa.com.br>. Acesso em: 13 mar. 2001.
- CAPOZOLI, Ulisses. **Jornalismo e a inteligibilidade do mundo**. Disponível em: <www.observatoriodaimprensa.com.br/ofjor/ofc010820011.html>. Acesso em: 18 jul. 2002.
- DANTAS, Jurema Barros. Um ensaio sobre o culto ao corpo na contemporaneidade. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 11, p.898-912, 2011. Quadrimestral. Disponível em: <<http://www.revispsi.uerj.br/v11n3/artigos/pdf/v11n3a10.pdf>>. Acesso em: 29 dez. 2013.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio século XXI: O minidicionário da língua portuguesa**. 4. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001. 790 p.
- FILHO, Claudio Bertolli. **Elementos fundamentais para a prática do jornalismo científico**, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bertolli-claudio-elementos-fundamentais-jornalismo-cientifico.pdf>>. Acesso em: 28 maio 2012.
- FRANÇA, Vera Veiga. O Objeto da Comunicação/A comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001. Cap. 3, p. 39-60.
- HENRIQUES, Rafael Paes. **O lugar de onde se fala: o jornalismo e seus princípios fundamentais**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2376-1.pdf>>. Acesso em: 16 out. 2013.
- LIMA, Luiz Carlos S. R.. **Jornalismo científico: Análise da Superinteressante e suas tendências atuais**. Revista eletrônica temática. Online, 20 abr. 2008. Disponível em: <<http://www.insite.pro.br/2008/08.pdf>>. Acesso em: 28 maio 2012.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Textos de Comunicação**. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2011. 238 p. Tradução de: Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha.
- MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?** Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>>. Acesso em: 04 abr. 2012.

MIGLIACCIO, Maria Inês. **O desafio Constante do Jornalismo Científico:** Tarefa de Poucos para Muitos. Disponível em: <www.hottopos.com/vedetur4/ines.html>. Acesso em: 12 jul. 2002.

MOTTA, Alexandre de Medeiros. **A pesquisa no campo da comunicação social:** mais um olhar. Disponível em: <http://paginas.unisul.br/agcom/revistacientifica/artigos/artigo_alexandremotta.PDF>. Acesso em: 18 maio 2012.

MOTTA, Luiz Gonzaga. A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28., 2005. Rio de Janeiro. **Anais...** . São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/105768052842738740828590501726523142462.pdf>>. Acesso em 29 de maio de 2013.

MOUILLAUD, Maurice. **O Jornal:** da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997. 589 p. Tradução de: Sérgio Grossi Porto.

OLIVEIRA, Fábola de. **Jornalismo Científico.** 3. ed. São Paulo: Contexto, 2010. 92 p.

PATY, Michel. A ciência e as idas e voltas do senso comum. **Scientiae Studia**, São Paulo, v. 1, n. 1, p.9-26, 2003. Trimestral. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ss/v1n1/a01v1n1.pdf>>. Acesso em: 28 dez. 2013.

PEROZA, Juliano; RESENDE, Marilúcia A.. A dialética da curiosidade: pressupostos para uma paraxiologia do conhecimento em Paulo Freire. In: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 10., 2011, Curitiba. **Anais...** . Curitiba: PUC-PR, 2011. p. 1904 - 1918. Disponível em: <http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4348_2600.pdf>. Acesso em: 29 dez. 2013.

PEUCER, Tobias. Os Relatos Jornalísticos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Santa Catarina, v. 1, n. 2, p.13-30, 2004. Semestral. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2070/1812>>. Acesso em: 14 out. 2013.

PUZZO, Miriam Bauab. A linguagem verbo-visual das capas de revista e os implícitos na constituição de sentido. **Revista Intercâmbio**, São Paulo, v. 20, p.125-138, 2009. Semestral. Disponível em: <http://www4.pucsp.br/pos/lael/intercambio/pdf/XX/8_Miriam_Puzzo.pdf>. Acesso em: 17 dez. 2013.

PUBLIABRIL. Superinteressante. Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/marcas/superinteressante/revista/informacoes-gerais>>. Acesso em: 03 de dezembro de 2012.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação:** Questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade. 3. ed. Lisboa: Presença, 2001. 224 p.

SILVA, Sandra Siqueira da. A relação entre ciência e senso comum: para uma compreensão do patrimônio cultural de natureza material e imaterial. **Ponto Urbe**, São Paulo, n. 9, 2011. Semestral. Disponível em: <http://www.pontourbe.net/edicao9-cirkula/202-a-relacao-entre-ciencia-e-senso-comum-para-uma-compreensao-do-patrimonio-cultural-de-natureza-material-e-imaterial#_ftn1>. Acesso em: 28 dez. 2013.

SOUSA, Janara; GERALDES, Elen. As contribuições de Karl Marx e Max Weber sobre a autonomia/não-autonomia da ciência e tecnologia. **Ciências e Cognição**, online, v. 13, n. 1, p.163-174, 31 mar. 2008. Disponível em: <<http://www.cienciasecognicao.org/pdf/v13/m318220.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2013.

SOUSA, Maria Aparecida de. **A sedução dos Títulos: os jornais e as eleições de 1994**. Rio de Janeiro: Dissertação de Mestrado, defendida na ECO/UFRJ, 1997. 182 p.

SPAHEY, Jacques. **O desenvolvimento pela ciência**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1972. p 17 a 78.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005. 224 p.

VERÓN, Eliseo. **A Produção de Sentido**. São Paulo: Cultrix: Universidade de São Paulo, 1980. p. 198 - 195. Tradução de: Alceu Dias Lima, Anna Maria Balogh Ortiz, Diana Luz Pessoa de Barros, Edward Lopes, Ignácio Assis Silva e José Paulo Paes.