

Entre a ciência e a mídia: um olhar da assessoria de imprensa¹

Giovanna Benedetto FLORES
Doutoranda Unicamp/Unisul
gflores@gmail.com

Esse trabalho se propõe a identificar as estratégias discursivas predominantes do jornalista de divulgação científica na condição de assessor de imprensa, identificando o modo como ele trabalha as informações, fazendo um duplo movimento de interpretação entre os dizeres dos cientistas e da mídia. O sujeito do discurso de divulgação, nessa posição, traz uma diferença importante em relação ao discurso do jornalismo científico já que ele funciona como referência para o jornalista de mídia.

Na divulgação de ciência produzida pelo sujeito-jornalista/assessor de imprensa, há um redobramento de “versões” pelos sentidos da mídia, predominantemente, e por essa razão significa diferentemente. O jornalista/assessor não está inscrito nem no discurso científico e nem no discurso da mídia, mas é atravessado pelo sentido desses dois discursos. O trabalho de produção de sentido, a partir dessa posição, não é de substituição, mas de transferência de sentidos, ou seja, a partir dos dizeres da ciência ele usa uma linguagem que possa ser reconhecida pelo leitor virtual fazendo com que esse leitor compreenda os dizeres. O sujeito jornalista/assessor trabalha com o imaginário tanto do leitor virtual, que é outro jornalista, como também do grande público, entrecruzando os diversos espaços de significação ao reformular o dizer do cientista. Nessa posição ele reforça os dizeres do senso comum, sem deixar de trazer a nomenclatura da ciência, embora seu dizer também tenha atravessamentos do discurso jornalístico, ficando aí nesse confronto, materializadas as condições de divulgação, que produz movimento de interpretação entre a ciência e o jornalismo não especializado, que é o da mídia. Podemos dizer então, que o jornalista/assessor trabalha no entremeio entre o discurso da ciência e o discurso jornalístico. Ao fazer esses deslocamentos de sentidos, o jornalista/assessor está transferindo conhecimento para o jornalista não especializado em ciência, de forma que esse possa compreender a ciência e sua terminologia, e assim transferir esse conhecimento para o grande público, que é o leitor virtual do jornalista da mídia. Esse mesmo discurso do jornalista/assessor também é

¹ Dissertação de mestrado apresentada para obtenção do título de Mestres em Ciências da Linguagem, sob a orientação da profa. Dra. Solange Gallo, defendida em dezembro de 2005 na Unisul.

atravessado pelo discurso publicitário, através da forma como ele se organiza socialmente, como ele circula na “forma de elogio”, marcado através da espetacularização do acontecimento, enfatizando os benefícios das pesquisas, mas nunca mostrando os riscos e os equívocos dessas pesquisas. Essa característica está presente no discurso jornalista/assessor e não em outros discursos. Embora pertençam a uma mesma Formação Discursiva, o jornalista/assessor ocupa uma posição discursiva extrema, porque não deixa de pertencer a FD do jornalismo, mas traz as marcas dos outros discursos. Por isso, dizemos que ele é atravessado pela heterogeneidade discursiva, que não é a constitutiva e nem a enunciativa, porque o sujeito-jornalista conta com ela para fazer sentido, conforme o exemplo que segue.

(1) O tipo de tumor mais comum é o carcinoma epidermóide – uma doença não tem cura, nem sintomas. O único desconforto é a dificuldade de engolir. (2) Quase sempre, quando o paciente resolve procurar ajuda, já é tarde demais. Rapidamente o câncer se espalha para o pulmão e a artéria aorta. A única alternativa é a cirurgia, que dura de 9 a 15 horas. O esôfago é retirado, e o estômago, ligado à garganta. (3) “A operação é cara, demorada, envolve muitos médicos e é ineficiente”, afirma Luís Ribeiro Pinto. (4) Ele conta que grande parte morre em consequência da cirurgia, considerada agressiva pelos médicos. Em geral, os portadores morrem no máximo dois anos depois do tumor ser detectado.

Figura 1 – Primeiro recorte
Texto jornalista/assessor de imprensa

Segundo o coordenador do Laboratório de Toxologia e Biologia Molecular da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), Luís Felipe Ribeiro Pinto,⁽⁴⁾ o câncer de esôfago apresenta uma alta taxa de mortalidade e quase todos os doentes morrem cerca de dois anos após o diagnóstico.
⁽¹⁾ Como trata-se de uma doença assintomática, quase sempre o diagnóstico é tardio.⁽²⁾ Geralmente, o paciente só procura o médico quando não consegue mais engolir nada. Além disso, trata-se de um tipo de câncer extremamente agressivo, que produz metástases rapidamente, em especial, no pulmão e na artéria aorta”, explica.
⁽³⁾ Nesse estágio, o paciente é operado para, pelo menos, desobstruir a garganta, fazendo com que ele volte a conseguir engolir. “Trata-se de uma operação muito delicada, que envolve vários profissionais e demora, no mínimo nove horas. Retira-se o esôfago e o estômago é ligado a garganta.

Figura 2 – segundo recorte
Texto Jornalista de mídia

A diferença nos dois textos está marcada na forma de apresentação no dizer do pesquisador. Podemos observar que ao escrever o texto, o jornalista da mídia modifica algumas informações, marcando o dizer do pesquisador diferente do jornalista/assessor, atribuindo outros dizeres para o cientista. O jornalista da mídia não tem a preocupação de reproduzir fielmente as informações obtidas com o jornalista/assessor, produzindo assim um outro dizer, mas atribuindo esse dizer ao pesquisador para legitimar as informações. Essa prática é comum no discurso jornalístico, onde o sujeito-jornalista toma como sua a autoria do texto, e atribui um certo dizer ao pesquisador, baseado na legitimação que esse dizer proporciona para o discurso jornalístico, ou seja, o jornalista da mídia é quem determina em seu texto o dizer do pesquisador, marcado através das aspas, e assim ressaltando o dizer da ciência em seu texto.

Portanto, podemos dizer, conclusivamente sobre a especificidade do discurso do jornalista/assessor, que este sujeito é homogêneo em se tratando de terminologia e que a utiliza alternando a terminologia e a perspectiva social, como forma de conseguir se fazer entender tanto pelo seu leitor virtual como pelo público, ou seja, essa homogeneidade é efeito de sentido de unidade, de estabilidade. Esse mesmo discurso é marcado pela heterogeneidade do discurso da ciência, mostrado a partir da análise. Este traço está marcado no seu texto através das terminologias e nomenclaturas. Esse discurso traz também as marcas de dois outros discursos, o publicitário e o da mídia, porque é atravessado pelos dizeres dos dois, mobilizando sentidos que determinam o seu leitor virtual.