



## A POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA NA MÍDIA IMPRESSA: O DISCURSO MIDIÁTICO DE COMBATE AO CÂNCER NA REVISTA VEJA

PEREIRA, Davi dos Santos<sup>1</sup>; SILVA, Veronice Mastella da<sup>2</sup>

**Palavras-chave:** Jornalismo. Popularização. Ciência. Câncer.

O presente resumo aborda as informações principais de um projeto de pesquisa PIBIC/UNICRUZ que tem como foco central a análise do discurso midiático de prevenção e combate ao câncer na revista *Veja*, mais especificamente no gênero notícia de popularização da ciência. Os pressupostos teóricos que embasam o estudo envolvem dois campos de conhecimento: a Linguística e a Comunicação, mais precisamente, a midiática. Em relação aos gêneros discursivos, o estudo fundamenta-se em Askehave e Swales (2009), Bakthin (1983; 2000), Bonini(2003; 2006), Marcuschi (2006), Miller (2009), Motta-Roth (2006; 2007; 2009), Swales (2008) e, especificamente, o gênero notícia de popularização da ciência, em Motta-Roth (2008). Em relação à linguagem, seus usos e a compreensão do discurso, o referencial teórico está baseado em Fairclough (1989; 2001; 2008), Fiorin (2011) e Van Dijk (2010). Já, do campo da Comunicação, mais precisamente em relação às teorias do jornalismo, McCombs; Shaw (1977), Noelle-Neumann (1995) e Pena (2005). Para reflexões e análise a respeito da (re)construção da realidade e representação social que se dá por meio do(s) discurso(s) presente(s) na mídia, o estudo apoia-se em Charaudeau (2010), Berger e Luckmann (2010), Habermas (1984), Thompson (1998; 2002), Moscovici (2009) e Fairclough (1989; 2001; 2008). Os procedimentos metodológicos deste estudo estão organizados em duas etapas. A primeira etapa consiste em um estudo exploratório-descritivo, por meio de um mapeamento – entre as mais de 2,2 mil edições da revista *Veja* – de notícias referentes ao combate do câncer, seja no aspecto curativo, preventivo ou diagnóstico, e a identificação dos gêneros discursivos presentes, bem como a angulação da cobertura jornalística. A segunda etapa consiste na análise dos gêneros discursivos identificados. A intenção é compreender as interlocuções estabelecidas entre enunciador e enunciatário. Tomando como pressupostos a teoria da “*agenda setting*” e a teoria “*espiral do silêncio e definidores primários*”, busca-se identificar os eixos de angulação, fontes predominantes e os fatores que deflagram o processo de interlocução entre cientista, jornalista e leitor. Por fim, a pesquisa quer analisar o discurso midiático para compreender as mudanças de representação do câncer na mídia e, por consequência, na própria sociedade.

<sup>1</sup> Acadêmico do terceiro período de Jornalismo da Universidade de Cruz Alta e bolsista PIBIC/UNICRUZ. E-mail: davi.oneway@gmail.com

<sup>2</sup> Docente do curso de Jornalismo da Universidade de Cruz Alta, Mestre em Comunicação Social/UMESP, Doutoranda em Letras/UFSM e coordenadora da pesquisa. E-mail: veromastella@hotmail.com