



A POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA NA MÍDIA IMPRESSA: AS VOZES PRESENTES NO DISCURSO MIDIÁTICO DE COMBATE AO CÂNCER NA REVISTA VEJA

PEREIRA, Davi dos Santos¹; MASTELLA, Veronice²

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

Introdução:

O presente trabalho apresenta os resultados parciais de um projeto de pesquisa PIBIC/UNICRUZ, que analisa o discurso midiático de prevenção e tratamento do câncer, na revista *Veja*, mais especificamente no gênero de popularização da ciência. Parte-se do entendimento que a popularização da ciência é uma prática relevante, uma vez que dissemina conhecimentos científicos. Nesse processo, os meios de comunicação cumprem o papel de mediação, na medida em que recontextualizam o discurso científico para um público não especialista (MOTTA-ROTH, 2009).

Para compreender o discurso midiático de combate ao câncer, a presente pesquisa busca identificar as vozes que constroem tal discurso, através da identificação das fontes predominantes, bem como os eixos de angulação e os fatores que deflagram o processo de interlocução entre cientista, jornalista e leitor. O estudo se ancora ainda em pressupostos teóricos da *agenda setting* e da teoria dos “definidores primários e espiral do silêncio”. Na perspectiva da teoria do agendamento ou *agenda setting* (MCCOMBS, SHAW: 1977), os meios de comunicação são formadores de opinião, na medida em que os assuntos escolhidos para abordagem repercutem nos espaços de discussão da sociedade. As pessoas têm a tendência a incluir ou excluir de suas conversas o que a mídia inclui ou exclui do seu próprio conteúdo. Entretanto, conforme a teoria dos “definidores primários e espiral do silêncio” (PENA, 2007), a opinião pública é influenciada pelo discurso de uma elite simbólica, que são as fontes oficiais/institucionalizadas, constituindo-se nos definidores primários do discurso dominante na sociedade.

Conforme Marcuzzo e Motta-Roth (2008, p. 2), as notícias de popularização da ciência “apresentam uma pluralidade de vozes, expressando a diversidade de atores sociais chamados a

¹ Acadêmico do quarto período de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade de Cruz Alta e bolsista PIBIC/UNICRUZ. E-mail: davipereira1993@gmail.com

² 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



opinar sobre o assunto reportado”. Segundo Fairclough (2001) a combinação de diferentes discursos em relações sociais específicas produz um novo e complexo discurso. Na perspectiva do autor, o discurso é responsável não somente por constituir as dimensões da estrutura social, mas contribui para a significação de mundo e a construção de “sistemas de conhecimento e de crença” (idem, p. 91), sendo que a prática discursiva contribui para a transformação da sociedade. Assim, o estudo busca identificar, ao longo de 40 anos, como a temática câncer se fez presente de forma destacada na revista *Veja*, ou seja, quando a publicação “agendou” o referido tema, e quais as vozes participaram da construção do discurso sobre a doença, bem como compreender as mudanças da representação do câncer e, conseqüentemente, na própria sociedade.

Metodologia:

Os procedimentos metodológicos desse 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* disponíveis no seu acervo digital – de notícias referentes ao combate do câncer, seja no aspecto curativo, preventivo ou diagnóstico; a identificação dos gêneros discursivos; dos eixos de angulação e das vozes/fontes predominantes. A segunda etapa consiste na análise do(s) discurso(s) identificados. O corpus analítico foi delimitado em reportagens com chamada na capa, que receberam destaque pela manchete da edição ou que tiveram chamada secundária na capa da revista.

Resultados parciais:

Na etapa de mapeamento foram encontradas 26 edições da revista *Veja* que abordam a temática câncer entre os anos de 1973 e 2012, sendo dezoito (18) destacadas na manchete e oito (8) com chamadas secundárias na capa. Na década de 1970, a revista *Veja* publicou duas reportagens de capa relacionadas ao câncer em 1973 e 1976, abordando a doença na perspectiva do tratamento e das causas, respectivamente. Na década de 1980, o câncer foi manchete em três edições da revista, na perspectiva dos avanços da medicina (1981 e 1985) e do paciente (1986). Nos anos de 1990, matérias relacionadas ao câncer foi destaque em três edições da revista *Veja*, com duas manchetes e uma chamada de capa, explicando a doença (1996), destacando os avanços da medicina (maio de 1998) e abordando pela primeira vez a prevenção (setembro de 1998). Nos anos 2000 houve um aumento significativo na ocorrência de edições da revista que abordaram a temática câncer com destaque na capa: foram 18 edições que abordaram o câncer nas



perspectivas dos avanços da medicina (18 edições), dos pacientes (6 edições) da prevenção (3 edições) e do tratamento (uma edições).

No que diz respeito às vozes/fontes predominantes no discurso da revista *Veja* sobre o câncer, a análise apontou o predomínio da voz do especialista (médicos, pesquisadores, cientistas): na década de 1970, correspondeu a 38% das vozes predominantes, sendo considerados 13 vezes pela reportagem. A partir da década de 1980, o percentual cresceu constantemente: nos anos de 1980 os especialistas corresponderam a 50% das vozes, aumentando para 52% na década seguinte e alcançando um percentual de 58% nos anos 2000, sendo que entre 2001 e 2012 foram considerados 92 ocorrências nas reportagens.

A análise revelou também um salto significativo da participação da voz do paciente da década de 1970 em relação aos anos 2000. Se nos anos de 1970 a participação do paciente nas matérias relacionadas ao câncer é nula, nos anos de 1980 aparecem 5 vezes e nos anos de 1990 aparecem 4 vezes, nos anos 2000 a participação dos pacientes eleva-se significativamente: são 28 participações, correspondendo a segunda maior parcela do total de fontes consideradas pela revista, cerca de 17%, atrás somente dos especialistas.

Os pacientes começaram a ganhar espaço na construção do discurso sobre o câncer na revista *Veja* a partir da década de 1980, com cinco participações em três edições. Entretanto, o número de participações na década de 1990 foi de apenas quatro. São nos anos 2000 que os pacientes passaram a ter maior participação nas matérias relacionadas ao câncer: entre janeiro de 2001 e fevereiro de 2012, foram 28 participações, correspondendo a segunda maior parcela do total de fontes predominantes, depois dos especialistas.

Outros atores sociais participaram das discussões em torno do câncer, na medida em que o panorama da doença foi se transformando ao longo dos anos. É o caso das autoridades de saúde (ministros, secretários de saúde, entre outros), que tiveram participação efetiva na década de 1970, de jornalistas, personalidades políticas e da mídia, parentes ou pessoas próximas ao paciente e até mesmo pessoas ligadas à religiosidade.

Considerações finais:

A análise preliminar permite algumas considerações sobre os resultados até aqui obtidos. No que diz respeito aos eixos de angulação, percebe-se mudanças na abordagem da temática do câncer ao longo das décadas, de uma perspectiva negativa predominante nos anos de 1970 – marcada pelos tabus, preconceitos e dificuldades no tratamento do câncer – para uma perspectiva



positiva nos anos 2000. A partir da década de 1980, a revista *Veja* enfatizou as descobertas científicas, os avanços no diagnóstico e no tratamento do câncer, a prevenção e, conseqüentemente, o aumento nas taxas de sobrevivência dos pacientes. Ao enfatizar a evolução das iniciativas de combate ao câncer, a revista *Veja* apresentou uma prática discursiva voltada para a de quebras de paradigmas e concepções predominantes na sociedade brasileira sobre a doença.

A polifonia, enquanto marca dos textos jornalísticos, se faz presente na construção do discurso de prevenção e combate ao câncer da revista. Embora a voz dos especialistas (médicos, pesquisadores, cientistas) seja a predominante, uma vez que são detentores de conhecimento, gradativamente abriu-se espaço para vozes de outros atores sociais, principalmente os pacientes, que deixaram o anonimato e o estigma de condenados para assumir um papel de protagonistas no combate ao câncer. Outras vozes, como a de personalidades políticas e da mídia, familiares dos pacientes e religiosos, demonstram que o debate em torno da doença está cada vez mais democrático e que tanto o conhecimento científico quanto a representação do câncer na revista *Veja* tem se construído coletivamente.

Referências:

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora UnB, 2001.

MCCOMBS, M.; SHAW, D. **The emergence of American political issues: the agenda-setting, function of the press**. Saint Paul: West Publishing Co, 1977.

MARCUZZO, Patrícia; MOTTA-ROTH, Desirée. Polifonia e avaliação em notícias de popularização da ciência. In: XIII ENCONTRO DO CELSUL. **Anais do CELSUL 2008**. Porto Alegre: UFRGS 2008. Disponível em: <http://celsul.org.br/Encontros/08/polifonia_e_avaliacao.pdf. Acesso em: 20/09/2012.

MOTTA-ROTH, Desirée. Últimas descobertas! Estrutura potencial do gênero notícia de popularização da ciência. In: SIGET - SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS DE GÊNEROS TEXTUAIS, 5, 2009, Caxias do Sul. **Caderno de Resumos**. Caxias do Sul: EDUCS, 2009b, p. 86-87.

PENA, F. **Teorias do Jornalismo**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2007.