

Jornalismo e divulgação científica:

Uma análise de reportagens sobre ciência e tecnologia em um programa rural da televisão brasileira

Caroline Petian Pimenta*

Resumo

A atividade jornalística é legitimada através dos mecanismos de produção da notícia e da tradução da realidade para uma forma discursiva mais simplificada e, pelo fato deste ato de “tradução” não ser neutro, é necessário observar quais representações se manifestam no discurso jornalístico ao transmitir a notícia. Este trabalho se propõe a analisar a linguagem jornalística do programa televisivo brasileiro “Caminhos da Roça” da EPTV (Empresas Pioneiras de Televisão - afiliada da Rede Globo) quando fala sobre ciência e tecnologia. O programa em questão é exibido em 355 municípios nas regiões de Campinas, Ribeirão Preto, São Carlos, Presidente Prudente (no Estado de São Paulo) e Varginha (no Sul de Minas Gerais). Neste recorte, analisa-se, com base na Análise do Discurso, a linguagem usada em 16 reportagens todas de cunho científico e tecnológico veiculadas pelo programa para verificar qual o papel do jornalismo científico e sua contribuição para a divulgação da ciência.

*Jornalista, mestranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo e bolsista CNPq. E-mail: petian@click21.com.br

Introdução

(...) Ciência e Tecnologia estão mais que nunca na ordem do dia, o que representa um fator essencial de desenvolvimento e dá ao Brasil, no contexto mundial, um papel de crescente importância. (MINDLIN, 2003, p. 9)

Não é necessário ser cientista para ter algum envolvimento com a ciência. Em muito de seu cotidiano os indivíduos têm contato com inovações e pesquisas, no entanto, o que faz com que a ciência se aproxime de seres humanos não-cientistas, ou leigos é a linguagem pela qual a ciência passa para ser “traduzida”.

No Brasil, um dos campos em que a ciência e a tecnologia estão presentes em destaque é o agronegócio. Em muitos Estados brasileiros, como São Paulo, por exemplo, o agronegócio é um importante gerador de pautas e cada vez mais tende a estar atrelado à ciência e à tecnologia já que o homem do campo não é mais como o Jeca Tatu criado por Monteiro Lobato como ser matuto, ignorante, e sim um cidadão moderno que vive em busca de novas tecnologias e soluções para suas propriedades. O fazendeiro é hoje

um empresário do campo e a fazenda é sua empresa.

É no sentido de unir ciência, tecnologia e meio rural que o objeto desse estudo foi escolhido. O programa semanal Caminhos da Roça, exibido em 355 municípios nas regiões de Ribeirão Preto, Campinas, São Carlos, Presidente Prudente (no Estado de São Paulo) e Varginha (em Minas Gerais) habitualmente nas manhãs de sábado, se propõe a estar sempre ancorado pelo agronegócio mostrando avanços científicos e tecnológicos da área.

Segundo o apresentador e responsável pela produção do programa, Dimas Augusto, “o programa fala sobre as novas tecnologias aplicadas ao campo, as tradições rurais e presta serviços: informações sobre reservas de água no solo, lavouras, dicas de manejo, os valores dos produtos agrícolas e pecuários”.¹

Falar de agronegócio não é apenas refletir sobre o solo, as colheitas, a produção. É, pois, ver o que pode ser “colhido” da terra. Aí entra a ciência e também a comunicação. Com o universo do agronegócio vivendo cada vez mais em um ambiente científica e tecnologicamente avançado, a comunicação, por meio do jornalismo especializado, não pode estar de fora, pois é através dela que as mensagens e os conceitos serão transmitidos.

Koch (1984, p.24) explica que “toda atividade de interpretação presente no cotidiano da linguagem fundamenta-se na suposição de que quem fala tem certas intenções ao comunicar-se. Compreender uma enun-

¹ Disponível em:
<<http://www.eptv.com/caminhosdaroca>>
Acesso em 01 de maio de 2006.

ciação é, nesse sentido, apreender essas intenções”. Dessa forma, esta análise pretende mostrar como é a linguagem do Caminhos da Roça ao tratar de C&T², já que é através de programas de televisão que muitos profissionais se comunicam com outros profissionais, pessoas pouco especializadas no assunto, ou mesmo leigas. Por isso, o programa em questão foi escolhido como objeto de estudo para este trabalho, já que, é intenção do programa falar “ao pequeno, ao médio, ao grande proprietário rural. Falamos e ouvimos o que ele tem a dizer, com um grande objetivo: encontrar novos caminhos para o homem do campo”³.

Embora seu público principal seja o produtor rural, Caminhos da Roça ganha audiência também de quem não é da área. A relação que o programa cria com o telespectador é de entrosamento e aconchego a começar pelo cenário (fazendas, sítios, estâncias do interior) e isso ganha peso em um tempo em que muitas pessoas buscam no contato com o campo e com a natureza momentos de tranquilidade. Nele, o telespectador encontra, além de notícias, cotações de preços, etc, este contato com o campo por meio da música caipira, das piadas e da culinária típica.

Este trabalho apresenta resultados parciais de um estudo mais amplo que está sendo desenvolvido sobre divulgação científica e pretende verificar, através do objeto escolhido, qual é a linguagem jornalística utilizada para se transmitir ao telespectador reportagem de cunho científico e tecnológico de forma simplificada.

² C&T: sigla usada para abreviar os termos Ciência e Tecnologia.

³ Disponível em:
<<http://www.eptv.com/caminhosdaroca>>
Acesso em 01 de maio de 2006.

Fundamentação metodológica

(...) os meios audiovisuais são um amálgama complexo de sentidos, imagens, técnicas, composição de cenas, seqüência de cenas e muito mais. É, portanto indispensável levar essa complexidade em consideração, quando se compreende uma análise de seu conteúdo e estrutura. (ROSE, 2002, p.343).

O corpus deste recorte consiste em 16 reportagens selecionadas de oito programas que continham assuntos relacionados à ciência e/ou tecnologia. Pelo fato do programa sempre seguir os mesmos padrões, o número de episódios selecionados não influencia a análise e, por isso, a quantidade foi suficiente para concluir a proposta inicial.

Para a seleção do material aplicou-se um protocolo para a coleta de dados, no qual constavam: data de exibição, escalada⁴ das matérias, tempo de duração, local (cidade e estado), principal assunto, tipos de discursos predominantes, principais fontes oficiais (Instituto de pesquisa, especialista ou pesquisador), principais fontes comuns⁵ (pequeno, médio ou grande trabalhador rural e não especialistas), ambientação da reportagem e autores.

Um dos critérios adotados para a seleção de reportagens foi a necessidade de nelas constar a menção a, no mínimo, um instituto

⁴ Escalada é um termo jornalístico usado para chamar e numerar as matérias no início dos programas.

⁵ Nome dado aos entrevistados não especialistas nos assuntos tratados e que façam uso do senso comum.

de pesquisa (ou universidade) ou um pesquisador, ou ambos. Os dados tabulados foram analisados sob a perspectiva da Análise do Discurso, procurando entender qual a linguagem utilizada pelo programa para tornar o discurso científico compreensível, possibilitando a divulgação científica.

Alguns elementos lingüísticos que compõem as reportagens permitem que se perceba o discurso popular do homem do campo, presente nas matérias. É exemplo disso a reportagem sobre o cultivo da fruta pitaiá, na cidade de Socorro/SP, em que os personagens falam do cultivo por experiência própria, dos modos populares que descobriram para que o plantio desse certo. É uma reportagem de mais de seis minutos e é praticamente toda ela conduzida por um produtor da fruta e seus conhecimentos, salvo o comentário de uma agrônoma ao final.

Conforme Orlandi (1997, p. 15) “(...) todo discurso já é uma fala que fala com outras palavras, através de outras palavras”. Sabe-se que a escolha de uma ou de outra palavra não ocorre sem intenção, mas sim de forma a demonstrar opinião. Para Marcuschi (1991, p. 74-92), as diferentes maneiras de relatar opiniões são introduzidas por meio de algum verbo que antecipa o caráter da opinião relatada. “Em geral, ao se reproduzir as opiniões de alguém, procede-se a uma nova seleção de termos e a outra construção sintática que as do autor. Embora esse processo aparente certa inocência, não impede a possibilidade de distorção ou interferência no discurso relatado”. (Marcuschi, 1991, p.75).

Para Gill (2002, p. 249) “não existe nada ‘simples’, ou sem importância com respeito à linguagem”. Todo discurso é uma maneira de interpretação do texto do outro e organizado com fins persuasivos. Como não existe

neutralidade nos textos e sempre há interesses em torno de uma questão, verificaremos como Caminhos da Roça constrói o discurso científico na medida em que é transmitido para um público não cientista.

O Jornalismo como divulgador da ciência

A comunicação é parte integrante das sociedades desde a formação dos povos. Com a comunicação entre os cidadãos surgiu a necessidade de transmitir as notícias, que, muito antigamente eram conduzidas até seu destinatário por meio de cavalos e, nem sempre chegava em tempo.

O homem foi aprendendo aos poucos, a guardar suas energias, inventando instrumentos que “falassem” por ele. Comunicar a alegria da vitória, o perigo da invasão, e até uma simples visita aos companheiros distantes, levou-o desde as épocas mais remotas a tentar soluções que lhe permitissem transmitir informações à distância. Por isso, é bem possível que as cenas gravadas pelo homem do paleolítico nas paredes das cavernas da Europa e África tenham sido o meio de que se utilizava para comunicar a seus companheiros que saíra, por exemplo, para caçar e que tomara um determinado caminho. Representando animais, árvores, rios, formavam uma mensagem que permitia localizar o campo de caça. Os recados talhados na rocha tinham, assim, o

mesmo sentido que o telegrama de hoje. (DUARTE, 2003 p.12)

O desenvolvimento da comunicação trouxe e traz benefícios para os seres humanos a todo o momento, mas um dos problemas enfrentados pelo homem do campo nos dias atuais é a in-comunicação descrita por Bordenave (1983, p.11) que é provocada por fatores como o isolamento geográfico; a precariedade dos transportes; pelo excesso de horas trabalhadas que geram cansaço e o fazem querer descansar muito mais do que sair e visitar vizinhos; pelo status entre patrões e trabalhadores; pelo baixo nível de instrução. E é por causa dela que nem sempre essas pessoas têm facilidade de articular seus problemas comuns e reivindicar soluções.

Tendo em vista essa dificuldade, este mesmo autor (p. 73) ressalta que os meios audiovisuais são particularmente indicados para a comunicação rural, por diversas razões. Uma delas é que a cultura rural é eminentemente oral e outra o fato de que as imagens atraem e mantêm a atenção de maneira poderosa. E ainda, a televisão é um meio que utiliza praticamente todos os demais meios de comunicação em seus programas: cartazes, diapositivos, filmes, lâminas, mapas, videoteipes, etc.

Em alguns casos é papel da comunicação rural ensinar ao telespectador ou leitor, como uma forma didatizante de transmitir a informação em forma de notícia. “[...] não basta comunicar-se sobre tecnologia usando palavras e imagens, mas se precisa ensinar a dominar uma operação prática e, no possível, torná-la um hábito permanente, às vezes um verdadeiro automatismo, como a condução

de um trator [...]” (BORDENAVE, 1983, p. 52).

É fato que a ciência faz parte do dia-a-dia dos cidadãos do campo e da cidade. Pesquisa realizada pelo Instituto Gallup em 1987, encomendada pelo CNPq, sobre o tema “O que o brasileiro pensa da Ciência e da Tecnologia”, revelou que 70% da população urbana brasileira têm interesse em Ciência e Tecnologia. (OLIVEIRA, 2000, p.314-315). Assim, nota-se que a população se interessa por assuntos de C&T, porém, nem sempre tem acesso ou compreende essas informações. Além deste dado, outro que chama a atenção, é que de acordo com a base de dados *Science Citation Index Expanded* (SCIE) do *Institute for Scientific Information* (ISI), entre os anos de 1998 e 2002, 55% do total da produção científica do Estado de São Paulo vinha do interior. “Isso indica que, apesar de a capital manter sua larga liderança na produção científica estadual, as cidades do interior paulista vêm aumentando, em termos absolutos, sua produção”. (FAPESP, 2004, p.18)

Ronaldo Mota Sardenberg, ministro da Ciência e Tecnologia em 2002, em seu artigo “Conhecimento para o desenvolvimento”⁶, ressalta que a divulgação é fundamental para o avanço da ciência e da tecnologia no Brasil e que é graças ao jornalismo científico que temas essenciais são assimilados pela sociedade. Segundo ele, o trabalho de divulgação científica é vital para capacitar a população a entender e participar dos assuntos nacionais sobre Ciência e Tecnologia.

Naturalmente, não são todos que dominam os “segredos” dos números, da física ou da matemática. Mas é, sim, fundamental que

⁶ Scientific American Brasil. Ano 1, no. 1 – Julho de 2002

haja consciência dos caminhos que a ciência vem trilhando e de que esses caminhos estão diretamente relacionados com nosso dia-a-dia.

Para rompermos com uma aparente fragmentação do conhecimento, cada um (cientistas e cidadãos comuns) deveria considerar-se parte importante da formação do conhecimento e, dessa forma o conhecimento e a informação sairiam das limitações da escola. É aí que entram os meios de comunicação, para desempenharem um papel mais que importante, ajudar a comunicar esse conhecimento.

(...) é impossível que todas as pessoas sejam cientistas. No entanto, é possível para o público geral entender os fundamentos básicos da ciência, entender os métodos científicos de pensar, entender a abordagem prática para a investigação científica, entender as relações entre ciência e sociedade, entender os potenciais e as limitações dos cientistas. Não podemos esperar que todas as pessoas se tornem compositores, mas elas podem apreciar e desfrutar música e entender Mozart e Beethoven. De modo similar, não é fácil se tornar um cientista, mas é possível para o público obter uma compreensão da ciência e se beneficiar dos frutos da ciência. (KAIXUN apud MASSARANI, 1998, p.20)

Diferentes veículos, como revistas, jornais e programas televisivos trazem em seu conteúdo assuntos relacionados à C&T e ao agronegócio. Caminhos da Roça é um exemplo disso. Apesar de não estar descrito em

sua proposta inicial um programa voltado principalmente à C&T, as evoluções, pesquisa e crescimento tecnológico levam pautas deste cunho à redação.

A televisão, como mediadora entre o cientista e o público interfere na informação transmitida. O discurso televisivo, por ser polifônico, depende dos sentidos de vários campos. Para que haja uma interação com o receptor, é preciso estabelecer o contrato de leitura onde estará garantida a compreensão do texto. “É o contrato de leitura que cria o vínculo entre o suporte e seu leitor”. (VERÓN, 2005, p. 219).

Embora a televisão não produza o conhecimento científico que divulga, ela é responsável por colher, selecionar, organizar e divulgar o conteúdo científico ao público-alvo.

[...] o acesso às informações sobre C&T é fundamental para o exercício pleno da cidadania e, portanto, para o estabelecimento de uma democracia participativa, na qual grande parte da população tenha condições de influir, com conhecimento, em decisões e ações políticas ligadas a C&T. Entendemos que a formação de uma cultura científica, notadamente em sociedades emergentes, como é o caso do Brasil, não é processo simples ou que se possa empreender em pouco tempo. No entanto, o acesso às informações sobre C&T como um dos mecanismos que pode contribuir de maneira efetiva para a formação de uma cultura científica deve ser facilitado ao grande público carente delas (OLIVEIRA, 2002, p.13)

Discurso científico e discurso jornalístico

A intenção do jornalista e a do cientista no que se refere à produção mantém uma larga distância entre si. Enquanto o jornalista trabalha para o grande público, o cientista se dirige a um público específico e especializado. Algumas diferenças entre esses discursos são apontadas por Fabíola Oliveira:

A redação do texto científico segue normas rígidas de padronização e normatização universais, além de ser mais árida, desprovida de atrativos. A escrita jornalística deve ser coloquial, amena, atraente, objetiva e simples. A produção de um trabalho é resultado não raro de anos de investigação. A jornalística rápida e efêmera. O trabalho científico normalmente encontra amplos espaços para publicação nas revistas especializadas, permitindo linguagem prolixa, enquanto o texto jornalístico esbarra em espaços cada vez mais restritos, e portanto deve ser enxuto, sintético. (OLIVEIRA, 2002, p. 43)

O discurso científico e o discurso jornalístico passam a ser parceiros quando o primeiro encontra no outro um tradutor que levará ao público não especializado a interpretação de determinado conhecimento. Um dos bons artifícios usados nessa tradução para aproximar o público das informações científicas é a metalinguagem. Segundo Oliveira (2002, p. 44) quando uma teoria científica é associada a algo que lhes é familiar,

fica mais fácil compreender o assunto, e a comunicação científica torna-se eficaz.

(...) quando vier como notícia, a informação sobre Ciência virá estruturada dentro de uma forma que se diz axiomática, com lead, sublead e todo o funcionamento lingüístico-discursivo próprio a esse produto jornalístico, ícone do objetivismo: apresentando baixíssima reversibilidade, o que o caracteriza como um discurso autoritário (como no dito popular, “contra fatos não há argumentos”), altamente parafrásico com os discursos do poder institucionalizado, e tendente à ampla estabilização lógico-discursiva.⁷

Um elemento importante do discurso científico é a argumentatividade, que comporta os chamados índices de objetividade (voz do cientista e apagamento do sujeito).

A Ciência, ao longo de sua história, foi gradativamente assumindo a condição de porta-voz da verdade que supostamente estaria contida nas coisas. Tal status, na medida em que lhe atribui autoridade, confere-lhe um perfil institucional. A fim de corroborar tal posição, seu discurso deve se constituir a partir de uma perspectiva universal, e não do ponto de vista de um sujeito particular. A impessoalidade e a objetividade

características do discurso científico atribuem-lhe, dessa forma, um caráter de inquestionabilidade e, portanto, de veracidade (LEIBRUDER, 2002, p.237)

No caso do discurso da divulgação científica, é o objeto que ocupa posição no discurso, não mais o jornalista. A voz do cientista surge em citações implícitas e explícitas. “Assertividade, nominalizações, verbos empregados na 3ª pessoa do singular ou na voz passiva, além da escolha lexical são outros índices de impessoalidade também presentes no discurso da divulgação científica”. (LEIBRUDER, 2002, p.238). Assim, o texto de divulgação científica, que também dever ser comercialmente veiculado, assume um formato atraente, valendo-se de recursos lingüísticos como a metalinguagem, narrativa, título, resumo, e extralingüísticos, como recursos visuais – fotos, tabelas, gráficos, esquemas, capazes de suscitar o interesse do leitor.

O discurso do cientista, ao contrário de sua pretendida neutralidade, é permeado por condições de produção e intenções de seus autores. Conforme a autora acima (2002, p.236) o texto da divulgação científica se dá a partir da intersecção de dois gêneros discursivos: o científico e o jornalístico, reunindo dois níveis de linguagem expressos simultaneamente. Um é focado na objetividade e busca da neutralidade - características típicas da ciência - e o outro é voltado para um registro mais coloquial, deixando à mostra a subjetividade. No discurso da divulgação científica os termos técnicos do discurso científico são explicitados, na busca de uma linguagem mais acessível ao grande público.

⁷ (ALVES, 2006) Disponível em: http://www.discursividade.pro.br/No%2001/ling_suj_hist.htm#artigo3. Acessado em 22 de março de 2006

Apesar desta preocupação do discurso de divulgação científica de moldar os padrões lingüísticos do discurso científico, buscando adequá-lo ao discurso jornalístico e ao grande público, ele não se configura em um segundo texto, mas em outro texto, formulado a partir da mudança do cenário discursivo e das posições dos interlocutores no discurso científico. De acordo com o efeito de sentido que pretende, o divulgador vai escolher qual o tipo de discurso utilizará, adequando-se ao seu leitor.

Algumas características da linguagem televisiva

Para tratar da linguagem televisiva, faremos uma retrospectiva dos dois modelos tidos um por Adorno e outro por MacLuham. O primeiro deles (de Adorno) via a televisão como algo ruim, visto que o pensador alemão analisava este veículo pr meio de algumas amostras de programas escritas que outra pessoa lhe fornecia, já que naquela época (1954) não dispunha de videoteipe nem videocassete. No entanto, como já dissemos que toda linguagem (escrita ou falada) não é neutra e carrega traços da intencionalidade de quem a produz, Adorno não poderia analisar a televisão puramente, e por isso a atacava e a considerava congenitamente má, sem de fato conhecê-la. Ao contrário deste modelo, MacLuham via a televisão como naturalmente boa, mesmo que o conteúdo não fosse assim tão bom. (Machado, 2005, p. 17-19).

Sabe-se que existem conteúdos de diferentes qualidades mostrados pela televisão, e para conseguir captar o melhor conteúdo é necessário focar na diferença iluminadora

da televisão, aquela que faz expandir as possibilidades expressivas desse meio. Pode-se abordar a televisão de várias formas, uma delas é considerá-la como “um dispositivo audiovisual através do qual uma civilização pode exprimir a seus contemporâneos os seus próprios anseios e dúvidas, as suas crenças e descrenças, as suas inquietações, as suas descobertas e os vãos de sua imaginação” (MACHADO, 2005, p.11).

No que se refere aos produtos que cria e transmite, seria absurdo afirmarmos que a televisão nos “obriga” a ver determinados programas ou a vê-los de uma determinada forma. Um e outro acto – ou mesmo a ausência deles – resultam, obviamente, de uma decisão livre do sujeito, e é com essa liberdade do sujeito que a televisão tem de lidar, procurando tentá-lo a “ver televisão”.⁸

A televisão é um veículo de comunicação transformador e o ser humano, na condição de poder optar por aquilo que quer, tem papel fundamental nessa transformação. Nos seus 50 anos de história, a televisão acumulou um repertório de obras criativas muito maior do que se supõe, um repertório denso que a inclui entre os fenômenos culturais mais importantes de nosso tempo.

Na minha opinião, a televisão é e será aquilo que nós fizemos dela. Nem ela, nem qualquer outro meio, estão predestinados a qualquer coisa fixa. Ao decidirmos o

⁸ (SERRA, 2006) Disponível em <www.bocc.ubi.pt> Acesso em 02 de janeiro de 2007

que vamos ver ou fazer na televisão, ao eleger as experiências que vão merecer a nossa atenção e o nosso esforço de interpretação, ao discutir, apoiar, ou rejeitar determinadas políticas de comunicação, estamos, na verdade, contribuindo para a construção de um conceito e uma prática de televisão. (MACHADO, 2005, p.12)

A televisão é uma indústria cultural que tem uma participação decisiva na formação de identidades e no crescimento econômico dos países. Para ele, hoje vivemos em sociedades em que a difusão de formas simbólicas através dos meios eletrônicos se tornou um modo de transmissão cultural comum e fundamental. “A cultura moderna é, de uma maneira cada vez maior, uma cultura ‘eletronicamente mediada’, em que os modos de transmissão orais e escritos foram suplementados – até certo ponto substituídos – por modos de transmissão baseados nos meios eletrônicos” (Thompson, 1995, p. 297).

Marcondes Filho considera que a televisão não é um meio de comunicação a mais, é o único. A TV foi liquidando seus adversários entre os *media* em direção à supremacia. Ela introduziu uma nova maneira de se ver o mundo, um novo movimento, uma nova economia visual. (MARCONDES FILHO apud DUARTE, 2003, p.32)

Como vivemos hoje uma época em que as novas tecnologias são a base de significantes mudanças na área das comunicações, é bem possível afirmar que a televisão detém uma hegemonia sobre os outros meios de comunicação.

Quem analisa a mídia hoje não pode se dar ao luxo de analisar pedacinhos dos seus corpos. Por exemplo analisar só a fotografia, só os títulos, só a parte verbal, só a capa. Porque a mídia não é construída em pedacinhos. Ela é um todo de sentidos e assim ela deve ser respeitada. Eu acho que cada vez que a gente escolhe um pedacinho para fazer a análise, a gente consegue fazer a análise, consegue fazer um trabalho acadêmico coerente, mas uma série de sentidos são perdidos. E esses sentidos é que nos permitiriam ter acesso às estratégias ideológicas e ter uma visão crítica desses objetos⁹.

Análise do material

Semanalmente o Caminhos da Roça traz de três a cinco reportagens e algumas entrevistas na programação e, dentre as 30 reportagens exibidas em oito programas nos meses de maio e junho de 2006, 16 foram selecionadas para compor a análise proposta. Como critério de seleção, todas as analisadas traziam em seu conteúdo alguma relação com ciência ou com tecnologia. O tempo das reportagens variou entre dois e seis minutos, dependendo do tema e de sua relevância. As principais temáticas abordadas nos meses de abril e maio de 2006 foram: agricultura, pecuária, citricultura e avicultura, além dos te-

⁹ (HERNENDES [s/d]) Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp080520026.htm>> Entrevista de Marina Bueno com Nilton Hernandez - LEITURAS DE VEJA. Acesso em 19 de janeiro de 2007.

mas como doma de animais, turismo rural e a feira Agrishow¹⁰. É predominante o uso de uma linguagem mais coloquial e jornalística, no entanto, o discurso científico e o didático estão claramente presentes em algumas matérias. O discurso popular e o jornalístico se mesclam devido ao tipo de público visado pelo programa, e o discurso científico, com linguajar um pouco mais técnico e às vezes com explicações mais rebuscadas, atribui autoridade às matérias. Apesar do cientista sempre tentar ser compreendido, mesmo sem falar uma linguagem muito técnica, o repórter entra com explicação para intermediar a fala.

O cientista não é colocado como uma figura que traz a verdade absoluta e sim como alguém que traz aperfeiçoamentos e soluções. Muitas vezes há a presença de dois ou mais profissionais de outras instituições, ou também, como no caso do “software que analisa sementes”, o apresentador cita que outras universidades, além da citada na reportagem, também estão testando a nova tecnologia. Nota-se que o cientista é colocado nas reportagens para ajudar realmente o produtor rural, já que o cientista aparece quase sempre nas lavouras ou nas fazendas interagindo com o produtor.

Os entrevistados não-especializados ganham voz na maior parte das reportagens. Apenas em reportagens mais técnicas (três no total), não há presença de entrevistados que não sejam especialistas. No restante, o programa faz questão de mostrar o lado não especializado do assunto, daqueles que apresentam experiências empíricas, como na reportagem sobre a plantação de mudas de ár-

vores para preservar as nascentes de água, em que cinco crianças são entrevistadas além de um dono de fazenda e de apenas um pesquisador. Em muitas matérias, ao falar sobre o produtor rural, as palavras têm uma conotação positiva e dão ênfase ao sucesso do homem do campo como em: “O peso da descoberta...”; “produtores brasileiros de olho no mercado externo...”; “Produtores apostam no cultivo do eucalipto...”.

Embora o programa faça uso principalmente dos discursos didático e jornalístico, o discurso científico também está presente e é fundamentado em órgãos e instituições de pesquisa. Entre elas estão principalmente Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (Esalq), Universidade de São Paulo (USP), Universidade Estadual Paulista (UNESP), Instituto Agrônomo de Campinas, entre outros, como forma de dar autoridade e credibilidade aos assuntos abordados. Vale ressaltar que o órgão mais citado nas reportagens analisadas foi a Esalq (Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”) localizada na cidade de Piracicaba/SP. Estas instituições de pesquisa dão apoio aos diversos temas que dizem respeito ao homem do campo, como por exemplo, na reportagem que fala do “eucalipto como alternativa para a indústria moveleira e para os pequenos produtores de madeira”. A matéria rendeu mais de quatro minutos e é quase toda apoiada em fala de pesquisadores do Departamento de Ciências Florestais da Esalq. Assim, verifica-se que é proveniente da ciência a geração de alternativas e o posterior sucesso para o homem do campo.

Caminhos da Roça tem o homem do campo, o produtor rural, como seu público-alvo preferencial, e nas reportagens selecionadas sua presença como fonte e partici-

¹⁰ Feira Internacional de Tecnologia Agrícola, realizada anualmente em Ribeirão Preto/SP.

pação como personagem entrevistado é uma constante. Notam-se erros gramaticais e de concorrência na linguagem do produtor rural, aquele que vive mais em contato com o campo, diferente do grande produtor, administrador das fazendas e grandes propriedades, mas mesmo assim, são termos compreensíveis e que fazem parte da linguagem desse homem do campo. Roland Barthes (1988, p. 94) explica que “(...) na nossa sociedade basta-nos a linguagem do mesmo, não precisamos da linguagem do outro para viver: a cada um basta-lhe a sua linguagem”. Uma linguagem mais carregada de sotaques, típica do povo do interior, é percebida em palavras como “terra” e “lavoura”. Essa diferença de linguagem é também explicada por Barthes (1988, p.102) como um discurso acrático, aquele que é influenciado pelo senso comum, o popular, e que está fora do poder. Essa é a linguagem do homem do campo, que muitas vezes se pauta pelo sendo comum, em credences populares, ou mesmo experiências empíricas.

Além das reportagens, o programa exhibe ainda cotações do café, milho, soja, algodão, arroba do boi, cana-de-açúcar, açúcar cristal, etc., e transmite a previsão do tempo para cidades do interior de São Paulo e sul de Minas Gerais. Há ainda um espaço reservado para a música caipira, onde o violeiro Mazinho Quevedo, responsável pelo quadro, traz músicos para falar do campo, cantar e tocar modas de viola. O quadro responsável pelas piadas ou “causos” fica sob os cuidados do caipira “Chico Lorota”, um personagem rústico, com chapéu de palha que conta lorotas. Além desses, ainda tem o quadro “Todo Sabor”, onde um convidado especial traz a cada semana uma receita com uma pitada de sabor do campo. Caminhos da Roça ainda dá lu-

gar a uma seção de cartas e dúvidas onde um profissional ligado a alguma instituição de pesquisa responde as dúvidas dos telespectadores. Além disso, um profissional da Embrapa de Campinas (Evaristo Miranda) fala sobre assuntos da semana, faz balanços sobre lavoura, reserva de água no solo e outros assuntos pautados.

Considerações

Ao concluir esta parte da pesquisa com as avaliações das matérias do Caminhos da Roça relacionadas ao tema C&T, o que se percebe é que tanto cientistas quanto jornalistas utilizam estratégias discursivas para levar ao telespectador uma clara compreensão dos assuntos abordados. O programa exerce um papel unificador das falas que apresenta, na medida em que organiza as diferentes vozes que compõe seus discursos, desde produtores até pesquisadores. A análise das matérias permitiu-nos identificar uma tendência a apresentar a informação científica de forma clara e útil, porém sem cair na supersimplificação, além de ser acessível e não como fato incontestável. Essa maneira de apresentar a ciência e a tecnologia é fruto da junção que o programa faz das diferentes vozes, entre cientistas, jornalistas e atores populares do discurso que, contribuem para as características do programa e para atrair o público visado por ele.

Caminhos da Roça trabalha com linearidade ao apresentar a ciência e a tecnologia e desde o início demonstrou interesse por esse tipo de informação. As matérias em nenhum momento focaram o sensacionalismo, pelo contrário, preocuparam-se em facilitar a identificação do telespectador com os fa-

tos apresentados. Essa preocupação gerou uma humanização da informação em vários casos. Foi o caso da reportagem das jabuticabas “brancas”, em que a empregada doméstica do entrevistado ensinou a fazer doces e contou um pouco da impressão de quem ia até a fazenda ver as frutas. Entretanto, o fato de “humanizar” não acarretou qualquer defasagem na argumentação.

A divulgação de C&T foi maior do que inicialmente imaginada. Muito embora o programa tenha levado ao ar matérias com clara contribuição à divulgação da ciência no campo, elas de fato contribuíram para aproximar a ciência do cidadão e ainda mostraram como ela influencia positivamente o cotidiano das pessoas que vivem do campo.

Referências

- ALVES, Wedencley. *Discurso, Mídia e Ciência. A compreensão discursiva do jornalismo científico*. Disponível em: <http://www.discursividade.pro.br/No%2001/ling_suj_hist.htm#artigo3>. Acesso em 22 de março de 2006.
- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BARTHES, Roland. *O Rumor da Língua*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- BORDENAVE, Juan Días. *O que é comunicação rural?* São Paulo: Brasiliense, 1983.
- GILL, Rosalind. Análise de discurso. In: BAUER, M.; GASKELL, G. (orgs). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- DUARTE, Joseane Reis. *A Comunicação Rural e suas formas de manifestação*. Bagé/RS. 2003.
- FAPESP. *Indicadores de Ciência, Tecnologia e Inovação em São Paulo - 2004*. São Paulo: Fapesp, 1 v. 2004.
- HERNANDES, Nilton. *A Mídia e seus truques - o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público do jornalista*. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp080520026.htm>> Entrevista de Marina Bueno com Nilton Hernandez - LEITURAS DE VEJA. Acesso em 19 de janeiro de 2007.
- HERNANDO, Manuel Calvo. *El saber científico y tecnológico se digiere mal* <<http://www.jornalismocientifico.com.br/artigojorciencialvohernandosabercientifico.htm>>
- KOCH, Ingedore Villaça. *Argumentação e Linguagem*. São Paulo: Cortez, 1984.
- LEIBRUDER, Ana Paula. Discurso de Divulgação Científica. In: BRANDÃO, Helena Nagamine. *Gêneros do Discurso na Escola*. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. 4ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005. 244 p.
- MARCUSCHI, Luiz Antonio. *A ação dos verbos introdutórios de opinião*. In IN-

- TERCOM – Revista Brasileira de Comunicação. Ano XVI, no. 64, Janeiro/Junho de 1991, p.74-92.
- MASSARANI, Luisa. *A divulgação científica no Rio de Janeiro: Algumas reflexões sobre a década de 20*. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 127 p.
- MINDLIN, José. *Para além do pessimismo*. Revista Scientific American Brasil ed. no. 8. janeiro de 2003.
- OLIVEIRA, Fabíola de. *Jornalismo Científico*. São Paulo: Contexto, 2002. 89 p
- OLIVEIRA, Fabíola de. O jornalismo como instrumento para a formação de uma cultura científica no país. In: DOWBOR, Ladislau; IANNI, Octavio; RESENDE, Paulo-Edgar A.; SILVA, Hélio (org). *Desafios da Comunicação*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- ORLANDI, Eni P. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. Campinas: Ed. Unicamp, 1997.
- ORLANDI, Eni P. *Estrutura da Divulgação Científica*. Disponível em: <http://www.acordeduca.com.br/CD_seminario/Textos/Mesa_Redonda_Dia30/SALA3-EniPorlandi.htm>. Acesso em 22 de março de 2006.
- ROSE, Diane. Análise de imagens em movimento. In: BAUER, Martin W. GASKELL, George. *Pesquisa Qualitativa com texto imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- SERRA, Paulo. *A televisão e a visibilidade como variável estética*. Universidade da Beira Interior. 2006. Disponível em <www.bocc.ubi.pt> Acesso em 02 de janeiro de 2007.
- THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação social*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- VERÓN, Eliseo. *Fragmentos de um Tecido*. São Leopoldo – RS: Editora Unisinos, 2005.