

# Um modelo jornalístico de divulgação da ciência

Manuel Carlos Chaparro\*

---

## RESUMO

---

Um clima de desconfiança recíproca dificulta, freqüentemente, o relacionamento entre cientistas e jornalistas. É um conflito que prejudica a divulgação da ciência pelos meios de comunicação de massa. Para superar o problema, o autor acredita que as redações devem ser abastecidas de forma competente, com informações de boa qualidade, precisas, claras, socialmente relevantes — isto é, definidas e preparadas por critérios jornalísticos. A idéia foi experimentada na Universidade de São Paulo, por meio do projeto Pré-Pauta, instrumento de um conceito novo de assessoria de imprensa, aplicado no espaço do Jornalismo Científico. Faz-se, neste trabalho, uma descrição dos princípios, dos objetivos, da metodologia e dos resultados da experiência realizada.

---

Quando se discute a adequação da linguagem científica à divulgação jornalística, ou vice-versa, há que considerar, em primeiro lugar, uma questão de perspectiva: de que lado nos devemos colocar, para propor um modelo de divulgação da ciência pelos meios de comunicação de massa — do lado do jornalista ou do lado do cientista?

Estou convencido de que esse não é um falso problema. Qualquer que seja o conteúdo do produto jornalístico — e a informação científica não representa exceção — o conflito de interesses entre a fonte e o repórter é um

---

\* *Professor da Escola de Comunicações e Artes/Universidade de São Paulo e Presidente da Intercom — Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação/Brasil.*

fenômeno comum, representando às vezes uma dificuldade à difusão da notícia, outras, um estímulo à criatividade jornalística, coisa de que nem sempre os detentores da informação gostam. Deriva desse confronto o clima de desconfiança e insatisfação que, freqüentemente, marca o relacionamento entre o cientista e o jornalista.

Montse Quesada, em seu livro *La Entrevista: Obra Creativa*<sup>1</sup>, aborda essa questão de forma bastante lúcida. Embora dedique seu estudo ao cenário da entrevista enquanto gênero, Quesada desenvolve argumentos aplicáveis a quase todas as outras situações e alternativas da captação jornalística. Lembra que "uma entrevista não é uma simples conversação", porque tem sempre um objetivo pré-fixado, "que diferirá segundo responda aos interesses do entrevistador, do entrevistado ou do futuro leitor".

Qualquer que seja a busca em que se envolva, o repórter luta pela informação que lhe possibilite fazer um bom texto jornalístico, e nem sempre o resultado satisfaz o interesse da fonte. Se o entrevistado compreender e souber conviver com as regras desse jogo, o seu interesse também se projetará no texto final que aparecerá publicado. Mas — lembra Montse Quesada — tanto o interesse do entrevistador quanto o do entrevistado devem submeter-se "ao interesse último, primordial, de todo o texto jornalístico: o de contentar ao público leitor".

Se transpusermos esse quadro de conflitos para o cenário da divulgação científica, temos, de um lado, o jornalista interessado em apropriar-se de informações, análises e opiniões que pertencem ao cientista, para usá-las em função do interesse do seu leitor, do seu jornal ou do seu próprio interesse profissional. No outro lado está o cientista interessado em usar o jornalista e a mídia para divulgar os inventos e o saber que produz. No papel de fonte, o cientista adota normalmente métodos de controle e/ou filtragem da informação, para salvar-se do entendimento equivocado, da interpretação tendenciosa ou das concessões sensacionalistas tão freqüentes no jornalismo. Prática, assim, a defesa prudente da auto-imagem, apoiado numa ética de extremo zelo pela verdade, pela precisão e pela respeitabilidade social. Nessa atitude, chega a fugir do jornalista e da divulgação, para evitar uma exposição pública feita por métodos e meios que não domina.

Quando a divulgação da ciência é feita na perspectiva institucional, os confrontos se acentuam, porque, então, freqüentemente, a divergência transborda para o campo do conflito ético. As instituições, enquanto fontes informativas, obedecem à tendência de valorizar a própria imagem. E isso as impele a darem à informação um tratamento de relações públicas, e até de propaganda, numa prática quase sempre consciente de simulação jornalística.

## A PREVALÊNCIA DOS PADRÕES JORNALÍSTICOS

Para deixar claras as diferenças que entendo existirem entre as diversas maneiras de tratar a informação, convém citar Martinez Albertos<sup>2</sup>, com quem concordo: *Relações Públicas* faz "a difusão parcial dos fatos e idéias (...) com o objetivo de criar um clima de cordialidade favorável à instituição"; *Propaganda* difunde "idéias ou doutrinas pela via da sugestão emotiva, para alcançar certo grau de coação sobre os receptores"; a variante do *Jornalismo* faz a "difusão objetiva de fatos através da informação e interpretação dos

acontecimentos que são notícia" — e entre as muitas definições do que seja notícia, podemos optar pela que nos é oferecida pelo próprio Albertos: "Notícia é um fato verdadeiro, inédito ou atual, de interesse geral, que se comunica a um público que pode considerar-se massivo, uma vez que haja sido recolhido, interpretado e valorizado pelos sujeitos promotores que controlam o meio utilizado para a difusão".

Isto é: não existe notícia sem jornalismo e fora do controle dos jornalistas. A notícia, como produto final, deve ser o resultado da decisão e da competência de quem trabalha nas redações. Além disso, como fonte de informação, o cientista precisa tomar consciência de que só é possível esperar textos jornalísticos competentes quando o jornalista é alimentado também de forma competente, com informações de boa qualidade, principalmente no que se refere à precisão, à clareza e à relevância social dos conteúdos oferecidos.

Nessa perspectiva, nunca é demais lembrar que, se a transcendência pública dos fatos estabelece o direito à informação, impõe, pelas mesmas razões, o dever de informar. Faça essa reflexão preliminar como sustentação e justificativa de uma proposta jornalística de divulgação científica. Estou convencido de que o principal desafio da ciência, quanto à divulgação dos seus fatos, é o de encontrar e praticar formas de difusão que respeitem a linguagem e os padrões técnicos e éticos do Jornalismo.

## RAZÕES E AMBICÕES DE UM NOVO MODELO

Experimentei essas idéias na Universidade de São Paulo, onde desenvolvi, em 1985/86, com procedimentos de controle científico, um projeto de divulgação da ciência ali produzida. Os resultados da experiência serviram de base à proposta teórica de um modelo jornalístico de assessoria de imprensa<sup>3</sup>, estruturado em torno de três idéias centrais:

- A ASSESSORIA DE IMPRENSA deve assumir, como único público, os jornalistas profissionalmente atuantes nos meios de comunicação social, respeitando-lhes o direito de decidirem sobre o quê e como divulgar.
- A ASSESSORIA DE IMPRENSA, enquanto atividade jornalística, só deve divulgar informações de interesse público, fazendo-as chegar, plena e oportunamente, aos jornalistas que têm a responsabilidade de definir os conteúdos a serem divulgados e as intenções motivadoras.
- A ASSESSORIA DE IMPRENSA deve atuar nas instituições como extensão das redações, facilitando — jamais obstruindo — o acesso às informações de interesse público.

A experimentação deu-se por meio da edição de um boletim semanal dirigido exclusivamente a jornalistas, ao qual foi dado o nome de Pré-Pauta, expressão que significava exatamente a intenção jornalística do projeto.

Não houve propaganda de lançamento nem qualquer apresentação ou justificativa. Evitei, por todos os modos, a tentação do esforço persuasório. O Pré-Pauta simplesmente começou a chegar às mesas de trabalho dos destinatários, com boas informações sobre a produção científica da Universidade.

Nas primeiras edições, chegava regularmente a cerca de quinhentos jor-

nalistas, em sua maioria editores, chefes de reportagem, editorialistas, pauteiros, repórteres especiais, repórteres free-lancers, analistas especializados e produtores de programas de rádio e tevê. Mas, em pouco tempo, por demanda, a tiragem teve que ser aumentada para setecentos exemplares.

Definimos para o **Pré-Pauta** quatro objetivos-guia:

- 1) Manter os profissionais de imprensa bem informados sobre a produção científica da Universidade de São Paulo.
- 2) Assegurar aos veículos de comunicação de massa um fluxo regular de bons assuntos jornalísticos e um referencial atualizado de boas fontes.
- 3) Criar uma prática de interação com as redações, facilitando o contato direto entre os jornalistas e as fontes de seu interesse.
- 4) Oferecer aos pesquisadores da USP um instrumento útil, respeitado e apto para a divulgação dos resultados da pesquisa científica.

Quanto aos conteúdos e à forma, o **Pré-Pauta** assumiu as seguintes características, e delas fez marcas de identidade:

- Publicar textos sempre e somente determinados pelo interesse jornalístico das informações.
- Oferecer, com precisão e qualidade jornalística, as informações de essência dos assuntos tratados, para tornar viáveis duas alternativas de uso: a) o aproveitamento do texto como pauta de reportagem, para a posterior expansão jornalística do assunto, a critério da redação ou do jornalista usuário; ou b) o aproveitamento imediato das informações oferecidas.
- Identificar e localizar a fonte principal de cada tema, com nome, qualificação e telefone de acesso.
- Dar aos assuntos abordagem rigorosamente jornalística, valorizando a relevância social, cultural, pedagógica e/ou científica das informações.
- Adotar um estilo gráfico de fácil identificação, num formato de folha alongada, com o verso em branco, para facilitar o recorte e a colagem das matérias, tendo em vista o manuseio ou o arquivamento.

A esse conjunto de características acrescentei quatro procedimentos:

- Jamais solicitar dos jornalistas destinatários a divulgação ou o aproveitamento de qualquer matéria proposta pelo **Pré-Pauta**.
- Fazer a intermediação entre as redações e as fontes somente a pedido dos jornalistas.
- Atender prontamente, e sem cobranças de aproveitamento, as solicitações adicionais da imprensa.
- Difundir as informações somente depois da prévia garantia de qualidade, quanto à precisão e correção científica dos dados.

## A AVALIAÇÃO PELOS CIENTISTAS

Ao final de um ano de circulação regular, a experiência foi avaliada através de uma pesquisa aplicada aos cientistas que atuaram como fonte de informações. Fiz essa escolha, como estratégia de aferição, por achar que ninguém melhor do que as fontes poderiam fazer avaliações e juízos apropriados

quanto aos efeitos do **Pré-Pauta** como ferramenta de divulgação científica.

Pretendia a elucidação dos seguintes pontos:

- 1) Qual o nível de qualidade do **Pré-Pauta** como elemento gerador de matérias jornalísticas;
- 2) Quais os reflexos, positivos ou negativos, produzidos no relacionamento entre cientistas e jornalistas;
- 3) Quais as preferências dos veículos de comunicação de massa, segundo as áreas de conhecimento;
- 4) Que contribuição trouxe à pesquisa científica a divulgação conseguida pelo **Pré-Pauta**.

A pesquisa abrangeu um percurso de 44 edições, ao longo das quais 124 cientistas foram entrevistados. A amostra pesquisada correspondeu a 26% desse universo, num total de 33 pesquisadores, sorteados sob os devidos cuidados de preservação da aleatoriedade.

Os resultados da aferição confirmaram e esclareceram o sucesso surpreendente da experiência. Alguns números: apenas três dos cientistas consultados (9%) não tiveram seus assuntos pautados ou aproveitados pelos meios de comunicação de massa. Em contrapartida, 67% viram as respectivas notícias multiplicadas em diversas reportagens, num aproveitamento multimídia. Além desses, 15% dos assuntos tiveram aproveitamento só em jornal e 9% só em rádio. A preferência jornalística pelos assuntos revelou que as áreas de Humanidades e de Ciências Biológicas concentram acervos temáticos de mais interesse para os meios de comunicação, e isso não chega a ser uma surpresa.

Outras respostas oferecidas pela pesquisa:

- O **Pré-Pauta** foi considerado "inovador" por 24% dos entrevistados e "eficaz" por 58%.
- O trabalho dos repórteres dos meios de comunicação de massa, na elaboração de reportagens motivadas pelo **Pré-Pauta**, foi considerado "adequado", "correto" ou de "bom nível" por 78% dos cientistas ouvidos.
- 60% dos cientistas consultados detectaram resultados benéficos ao projeto ou à atividade de pesquisa em que trabalhavam, como consequência da divulgação gerada pelo **Pré-Pauta**.

## A OPINIÃO DE JORNALISTAS

Colhi, também, alguns depoimentos de jornalistas.

Eurípedes Alcântara, um dos editores de *Veja*, disse o seguinte: "O **Pré-Pauta** tem sido o guia mais seguro que utilizamos para ter acesso à produção científica da maior universidade do país. É lido, os temas de interesse selecionados e, numa segunda etapa, entramos em contato com os editores para termos acesso aos professores-fonte dos textos que despertaram interesse. Invariavelmente, esse canal tem-se mostrado eficiente, aumentando o grau de confiança entre ambas as partes — mestres e repórteres — e resultando em matérias mais completas.

Para Luís Carlos Torquato, à época pauteiro de Educação e Ciência da *Folha de S. Paulo*, "o **Pré-Pauta** conseguiu um feito admirável: demonstrar a cientistas que a imprensa pode traduzir para leigos, em lingua-

gem correta e acessível, a importância de suas descobertas, e à imprensa, que a ciência não é alquimia tramada magicamente em subterrâneos laboratórios".

De Ari Schneider, que era secretário de redação da revista *Afinal*, recolhi este testemunho: "Têm saído do Pré-Pauta inúmeras sugestões de matérias para a nossa seção 'Seu Filho' e de reportagens nas áreas de saúde, educação, tecnologia e outras. Adicionalmente, a relação de teses de mestrado e doutoramento permite um registro valioso de temas que estão recebendo um estudo mais profundo e sistemático, assim como uma ampliação do rol de fontes de referência sobre assuntos específicos".

Gloriete Treviso, que ao tempo da pesquisa trabalhava como pauteira da Rede Globo em São Paulo, declarou: "Além de ser um boletim que traz assuntos interessantes (que resultam em excelentes reportagens de televisão), o Pré-Pauta coloca o jornalista em contato direto com a fonte que deseja. A gente não precisa telefonar para a USP inteira até achar o responsável por esta ou aquela pesquisa".

Em síntese: os resultados foram de tal maneira valiosos (tanto para a Universidade quanto para a Imprensa), que o projeto se consolidou. O Pré-Pauta foi além da ambição experimental, tornando-se o mais eficaz instrumento de divulgação da produção científica da Universidade de São Paulo.

## Bibliografia

1. QUESADA, Montse. *La Entrevista: Obra Creativa*. Barcelona, Editorial Mitre, 1984.
2. ALBERTOS, José Luiz Martinez. *El Mensaje Informativa*. Barcelona, A.T.E., 1977.
3. CHAPARRO, Manuel Carlos. *A Notícia Bem Tratada na Fonte*. (Tese de Mestrado). São Paulo, ECA/USP, 1987.

---

## ABSTRACT

---

Frequently the relationship between scientists and journalists is troubled by a climate of reciprocal distrust. This creates problems for the communication of scientific results by the mass media. To overcome this problem, the author believes that newsrooms should be supplied with information that is clear, precise, high quality and socially relevant — that is to say, defined and prepared by journalistic criteria. The idea has been tried out at the University of São Paulo through the project *Pré-Pauta* ("Pré-News Agenda"), the application of a new idea for press relations under the concept of Scientific Journalism. In this study there is a description of the principles, objectives, methods and results of the experiment.

---