

Ricardo Muniz Jornalista (Faculdade Cásper Líbero, 2004) e bacharel em Direito (USP, 1993), é editor executivo da revista Ensino Superior, do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor) da Unicamp. Foi repórter de economia na Exame.com, subeditor no jornal O Estado de S. Paulo e editor de Ciência e Saúde no G1, portal de notícias da Globo.

Carlos Orsi Jornalista formado pela USP (1992), trabalhou no Grupo Estado por mais de 14 anos, cobrindo principalmente Ciência. É repórter especial do Jornal da Unicamp e autor dos livros Pura Picaretagem (Editora LeYa, com Daniel Bezerra), O Livro dos Milagres (Vieira & Lent), Campo Total, Guerra Justa e Nômade, entre outros.

Jornalismo e ciência sofrem de doenças degenerativas similares

Pesquisadores devem entender as regras e a situação do jornalismo brasileiro, aprender com seus erros, reconhecer os próprios e abraçar como obrigação fundamental contribuir para boas pautas jornalísticas com mais empenho e qualidade ^[1]

Embara sejam evidentemente campos muito distintos em aspectos fundamentais, o jornalismo em geral e o científico em particular, de um lado, e de outro a prática científica em geral e a ciência publicada (os artigos científicos[2]) em particular padecem de problemas semelhantes. Apesar disso, defendemos que o jornalismo não desista da ciência. É o que parece estar ocorrendo, via redução de espaço, especialmente nos impressos diários. Acima de tudo, chamamos a atenção dos cientistas, para que não desistam da “divulgação” via jornalismo científico. Os cientistas devem entender as regras e a situação do jornalismo brasileiro, aprender com seus erros, reconhecer os próprios e aceitar como uma obrigação contribuir para boas pautas jornalísticas com mais empenho e qualidade.

Cabe já uma ressalva importante, corroborada por nossa experiência profissional como jornalistas. O termo divulgação, por mais comum que seja na literatura acadêmica, é antipático para a comunidade jornalística, sob quaisquer ângulos. Um jornalista não é um mero divulgador, não é um estafeta da informação – ou melhor, jamais deveria conformar-se a cumprir esse papel. É ver-

1 Este artigo é fruto de palestra “Divulgação científica em revistas, jornais e novas mídias digitais”, proferida pelos autores para pós-graduandos do Instituto Agrônomo de Campinas em 10 de abril de 2014, a convite da pesquisadora Luciana Lasry Benchimol Reis.

2 Mas também as apresentações orais nos cada vez mais numerosos e variados eventos científicos.

dade que acabou tornando-se muito comum que profissionais de comunicação pura e simplesmente reproduzam releases (comunicados de pauta à imprensa) *ipsis litteris*, porque as equipes estão cada vez mais reduzidas e com frequência cada vez maior colegas solitários se vêem alçados, após os cortes periódicos de pessoal, à posição de responsáveis únicos pela alimentação do noticiário – principalmente o online, onde impera a regra do volume combinado à rapidez, para obter audiência.

O jornalista que não se tornou estafeta da informação (o escriba castrado de espírito crítico e da capacidade de contextualização, o automatizado-amedrontado que recebe a bola e dá um chute de primeira para a frente) abraça o ofício de pautar, apurar, entrevistar, desconfiar, conferir, pesquisar, cruzar dados, consultar arquivos, fotografar, filmar, produzir infográficos, reescrever, adaptar ao tamanho e ao tempo disponíveis, titular, legendar e editar com o objetivo de produzir noticiário – vale dizer, com o intuito de comunicar notícia.

O DNA da notícia, por seu turno, é constituído por algumas características essenciais: novidade, importância, interesse, originalidade, oportunidade e proximidade. Os veículos jornalísticos, sejam quais forem seus pendores ideológicos e políticos, separam – ou deveriam separar – sua opinião, exposta em editoriais, do noticiário em si. Também separam – ou deveriam separar – a área comercial das atividades na Redação. Além dessas divisórias fundamentais, nas atividades acima descritas as empresas dedicadas a vender notícia seguem – ou deveriam seguir –, uma “Constituição de Dois Artigos” que ninguém no meio tem coragem de desafiar, ao menos em público: (1) deve-se buscar “fidelidade canina” à verdade factual; (2) deve-se fiscalizar o poder, onde quer que se manifeste (o econômico, o político, o do crime, mas também o

poder dos que combatem o crime, dos que fiscalizam o poder político, dos que auditam ou dão notas de crédito às empresas e aos países, o que inclui no radar crítico-jornalístico a polícia, o Ministério Público, as agências de classificação de risco etc., sem falar na própria mídia)[3].

A crise que se verifica no jornalismo começa pelo próprio produto que é sua razão de ser. A doença degenerativa da notícia desloca a novidade, importância, interesse, originalidade, oportunidade e proximidade, subordinando esses elementos-chave à reciclagem do velho, ao contrabando do requeitado como inédito, ao oportunismo, provincialismo, sensacionalismo e infiltração do entretenimento como notícia. Além disso, com a precarização de equipes, há um desmonte do *modus operandi* das Redações. Para produzir noticiário, a indústria jornalística costumava ser organizada, no “chão de fábrica”, em repórteres, pauteiro ou chefe de reportagem, redator ou “fechador”, subeditor e editor. A título de exemplo, na segunda metade dos anos 2000, a editoria responsável por ciência, ambiente, educação e saúde no *Estadão* contava com 13 profissionais[4]. O espaço por edição diária era de aproximadamente duas a três páginas, às vezes mais. Hoje não há uma editoria independente para cobrir esses temas, sendo que os profissionais remanescentes trabalham sob o

3 Fidelidade canina à verdade factual e fiscalização diuturna do poder, onde quer que se manifeste, são frequentemente invocadas (quase como um mantra) pelo jornalista Mino Carta como as duas missões essenciais do jornalista. Para Cláudio Abramo, jornalista responsável pela modernização das redações do *Estadão* e da *Folha de S.Paulo*, uma reportagem tem de combinar agudo senso de observação com a presença de referenciais universais. Ele também recomendava ceticismo, investigação e reconhecimento das complexidades como elementos necessários a um exercício digno do ofício.

4 Simplificando funções, pois havia repórteres que atuavam em mais de uma área, havia uma dupla para Ambiente (Cristina Amorim e Giovana Girardi, depois Afra Balazina), uma dupla para Saúde (Emílio Sant’Anna e Ricardo Westin, depois Fabiane Leite), uma dupla para Ciência (Herton Escobar e Alexandre Albert Gonçalves), uma dupla para Educação (Renata Cafardo e Simone Iwasso), um editor de Ciência para o *estadão.com* (Carlos Orsi), um redator, uma chefe de reportagem, um subeditor e uma editora.

guarda-chuva da editoria Metrópole, com espaço reduzidíssimo.

Originalidade, em especial, quem garante é em regra o repórter especial, dedicado à produção de matérias exclusivas – ainda que muitos repórteres, mesmo que não “especiais”, mantenham a paixão pela busca da reportagem exclusiva. A falta desse “líbero” leva à absoluta predominância de material, muitas vezes de péssima qualidade, produzido por agências internacionais de notícias (além do que todos os veículos dão a mesma coisa, pois todos assinam Reuters, France Presse, EFE, BBC etc.).

No caso dos portais online, as equipes precarizadas – em fins da década passada, a editoria de Ciência e Saúde do G1 tinha um editor e um repórter – sofrem com a pressão por audiência, que leva a uma utilização muito frequentemente infantiloides, para usar uma expressão suave, do espaço ilimitado da internet. Recentemente o UOL publicou[5] matéria sobre a existência de um laboratório subterrâneo na Unicamp para analisar o ET de Varginha e outros seres assemelhados: “O laboratório de testes da Unicamp, que teria criaturas mortas e vivas de outros planetas, ficaria metros abaixo da terra e seria conhecido como Pavilhão 18. Segundo os ufólogos, ele estaria localizado próximo ao Instituto de Química e a Faculdade de Ciências Médicas.”[6] Mas tais “notícias” não são privilégio das operações jornalísticas online, como mostra o já clássico case “boimate”, uma tragicômica contribuição da revista semanal *Veja* perpetrada no início da década de 80[7].

5 cf. <http://noticias.uol.com.br/tabloide/ultimas-noticias/tabloideanas/2014/02/19/centro-de-estudos-de-ets-na-unicamp-seria-subterraneo-e-abrigaria-o-et-de-varginha.htm> [de 19 de fevereiro de 2014; acessado em 25 de abril de 2014]

6 Há uns cinco anos a diretora de redação do G1 pediu que o editor de Ciência e Saúde verificasse com a assessoria do Sírio-Libanês a “informação” de que o hospital paulistano tinha, e mantinha em segredo, desenvolvido uma vacina contra o câncer. O editor-chefe da mesma empresa pediu que se verificasse com “um biólogo da USP” uma foto do ET do Panamá, história publicada na editoria Planeta Bizarro que havia rendido centenas de milhares de cliques. Cf <http://g1.globo.com/Noticias/PlanetaBizarro/0,MUL1307808-6091,00-CRIATURA+ESTRANHA+ENCONTRADA+EM+LAGO+INTRIGA+MORADORES+DE+CIDADE+NO+PANAMA.html> [de 17 de setembro de 2009, acessado em 24 de abril de 2014]

7 [relato de Wilson da Costa Bueno no site *Jornalismo Científico*:] A fusão da carne do boi e do tomate, batizada “boimate”, foi noticiada pela revista *Veja* em sua edição de 27 de abril de 1983. Na verdade, trata-se da maior “barriga” (notícia inverídica) da divulgação científica brasileira. Tudo começou com uma brincadeira – já tradicional – da revista inglesa *New*

Para além das bizarrices tão comuns e do vale-tudo em busca de audiência, o jornalismo científico quase sempre dispensa outra regra fundamental do jornalismo (que nisso estabelece uma semelhança com o Direito): o(s) “outro(s) lado(s)”, ou o contraditório. Como escreve Mônica Teixeira:

“Não há contraditório na cobertura de ciência. Dispensamos o jornalismo sobre ciência de cumprir o mandamento que interdita a matéria feita a partir de uma única fonte porque entendemos que não há versões da verdade quando se trata de ciência. [...] Não havendo versões, nem contraditório, o que se reserva então ao jornalista que cobre ciência? A tarefa de ‘traduzir’ com competência e fidelidade, de tal forma a ser compreendido pelo público leigo, um específico conteúdo científico. Tal conteúdo contém uma verdade que a fonte revelará ao jornalista. Não cabe a ele, nesse peculiar recanto do território do jornalismo, duvidar desse ‘conteúdo’; cabe-lhe, tão-somente, recolher o logos e ‘traduzi-lo’ em versão simplificada.” [grifos nossos][8]

Science que, a propósito do dia 1º de abril, dia da mentira, inventou e fez circular esta matéria. A fusão de células vegetais e animais entusiasmos o responsável pela editoria de ciência da *Veja*, que não titubeou em destacar o fato. E fez mais: ilustrou-o com um diagrama e entrevistou um biólogo, para dar a devida repercussão da descoberta. Para a revista, “a experiência dos pesquisadores alemães, porém, permite sonhar com um tomate do qual já se colha algo parecido com um filé ao molho de tomate. E abre uma nova fronteira científica”. O ridículo foi maior porque a revista inglesa deu inúmeras pistas: os biólogos Barry McDonald e William Wimpey tinham esses nomes para lembrar as cadeias internacionais de alimentação McDonald’s e Wimpy’s. A Universidade de Hamburgo, palco do “grande fato”, foi citada para que pudesse ser cotejada com “hamburgeruer”, e assim por diante. A descoberta do engano foi feita pelo jornal *O Estado de S. Paulo* que, após esperar inutilmente pelo desmentido, resolveu “botar a boca no mundo” no dia 26 de junho. Finalmente, com o objetivo de pôr fim ao caso que já divertia as redações, a revista publicou, na edição de 6 de julho – depois de dois meses –, o desmentido: “tratou-se de lastimável equívoco”. “O caso boimate. Uma árvore que dá filé ao molho de tomate. E alguém acreditou nisso”, artigo publicado originalmente na edição especial *Imprensa Brasileira 87*, comemorativa do Dia da Imprensa, em 10 de setembro de 1987, p.12. In http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo_cientifico/artigo11.php [acessado em 24 de abril de 2014]

8 Mônica Teixeira, “Pressupostos do jornalismo de ciência no Brasil”, in *Ciência e Público - caminhos da divulgação científica no Brasil*, pp 133-141. Organização e apresentação de Luisa Massarani, Ildeu de Castro Moreira e Fatima Brito. <http://www.museudavida.fiocruz.br/brasileana/media/cienciaepublico.pdf> [acessado em 26 de abril de 2014]

NO ‘OUTRO LADO’, MAZELAS PARECIDAS

Infelizmente, do lado da ciência também há problemas sérios a considerar. A linguista Marie-Claude Roland[9], que se dedicou à prática da escrita e da pesquisa entre cientistas, realizou um pormenorizado levantamento de centenas de artigos científicos, envolvendo mais de mil pesquisadores de vários países. Foram analisados relatórios de avaliação de artigos e de projetos de pesquisa, correções elaboradas por reviewers, entrevistas com diretores de revistas científicas e observações durante seminários de redação e comunicação científica. Eis algumas conclusões sobre os defeitos comuns dos artigos científicos:

1. **abuso** de formas como *may, might* (que literalmente implicam que o pesquisador não sabe nada);
2. avaliadores têm **dificuldade para ler** o artigo;
3. uso do idioma é objeto de críticas pormenorizadas e **violentas**;
4. palavras-chave das revisões mais comuns são “muito **específico**, muito **vago**, jargão, equivocado, confuso, prolixo”;
5. **contexto** e **objetivos** da pesquisa não são apresentados com suficiente clareza;
6. avaliadores **não encontram originalidade** na pesquisa **nem a novidade** dos resultados apresentados;
7. raramente encontra-se o enunciado de uma **controvérsia**, como se os pesquisadores tivessem **perdido o gosto** pela argumentação, pela defesa de um ponto de vista, pelo **confronto de ideias**.

Percebe-se aqui uma semelhança muito grande com as mazelas do jornalismo. Mas essa similaridade não se esgota aí. Também há uma pressão por volume e rapidez em busca de uma “audiên-

cia” aferida e atestada pela Capes que afeta a carreira do pesquisador – e incomoda cada vez mais a comunidade científica. Recentemente Simon Schwartzman[10] voltou a tratar desse mal-estar:

“Dados mostram que os melhores pesquisadores publicam muito e são muito citados, mas podem existir aqueles com muitas publicações desinteressantes, e outros com poucas publicações e trabalhos, mas de grande impacto. A única maneira de lidar com isso é entender que o dado estatístico, o indicador, é apenas um dado, que precisa ser interpretado caso a caso pelos pares. Quando pesquisadores ou departamentos de pesquisa são avaliados exclusivamente por seus indicadores, muitas vezes por pessoas ou instituições que nem sequer entendem do conteúdo dos trabalhos, a chance de erros é muito grande. O segundo problema, bastante geral nas avaliações, é quando o indicador passa a ser mais importante do que aquilo que ele deveria indicar. Se o que importa é o número de publicações e citações, e não o que está sendo publicado ou citado, isso abre a porta para manipular os indicadores – dividir um artigo em três; dar preferência a projetos de curto prazo, em detrimento de projetos de duração mais longa; aprender como escrever para agradar os editores das revistas, sem correr riscos; e combinar com os amigos citações cruzadas – eu cito você, você me cita, e nós dois subimos nos rankings.”

AINDA ASSIM, POR QUE INSISTIR NA INTERAÇÃO?

Diante desse quadro nada bom para ambas as partes, defendemos que o pesquisador não deve abrir mão da chamada “divulgação”, via jornalismo científico. Eis quatro razões fundamentais:

1. **Visibilidade, interesse, apoio.** Existe uma disputa política por verbas, na qual a opinião pública tem um papel relevante

9 “Convite aos pesquisadores para uma reflexão sobre suas práticas de pesquisa”, in *Cultura científica: desafios*. org. Carlos Vogt. pp 56-82

10 “Publicar ou morrer”. In <http://www.schwartzman.org.br/sitesimon/?p=4777&lang=pt-br> [acessado em 28 de abril de 2014]

– há a velha anedota de que investir em saneamento é “enterrar viadutos”, i.e., o povo não vê, logo não dá voto. A falta de visibilidade e de interesse do público prejudica a ciência na disputa por fatias do orçamento.

2. **Prestação de contas.** É a outra face da moeda da visibilidade. Uma vez que o dinheiro público tenha sido gasto para fazer ciência, é dever do cientista prestar contas ao contribuinte – e não só ao órgão de fomento – sobre o que foi feito.
3. **Informação do debate democrático.** Cada vez mais questões de intensa relevância pública, dos direitos dos homossexuais ao aquecimento global, exigem informação científica para que possam ser resolvidas de modo responsável. Por exemplo: um feto sentador? Uma criança adotada por um casal gay sofre psicologicamente? A atividade industrial humana está alterando o clima do planeta? A ciência não tem a capacidade de ditar as decisões que a sociedade vai tomar sobre aborto, adoção por homossexuais ou matriz energética, mas é preciso que a sociedade tenha conhecimento dos fatos para decidir de modo consciente. E a produção de fatos, ou ao menos de hipóteses bem sustentadas, cabe à ciência.
4. **Para o bem da ciência:** Como já ressaltamos, jornalismo científico não é apenas um espaço de divulgação de trabalhos e de ideias, mas também de debate e denúncia. De desvio de verbas a casos de plágio e fraude, o jornalismo é, para o bem ou para o mal, a grande janela da sociedade e, para citar um velho clichê, o melhor desinfetante é a luz do sol. Citando dados que passaram por peer review: de 274 artigos denunciados publicamente pelo site Science Fraud, 16

tinham sido retratados e 47 corrigidos até o fim do ano passado, o que dá uma taxa de resposta de 23%. De 223 artigos denunciados ao site, mas que não chegaram a ser expostos publicamente, apenas dois foram retratados e cinco corrigidos, uma taxa de 3%^[11].

Isso mostra que o jornalismo, enquanto elemento de denúncia pública, é imprescindível para que a prática da ciência se aproxime de seu ideal de imparcialidade, impessoalidade e de compromisso com a transparência e com a verdade dos dados e dos experimentos.

Cabe aqui um toque de humildade necessária aos cientistas, condição sine qua non para uma interação de qualidade e proveito com o jornalismo. Para tanto, invocamos a exortação de Jean-Marc Lévy-Leblond. De 1980 a 2002, Leblond lecionou nos departamentos de Física, Filosofia e Comunicação da Universidade de Nice, realizando pesquisas em física teórica, matemática e epistemologia:

“Nós cientistas, não somos basicamente diferentes do público, salvo no campo bem delimitado da nossa especialização. Diante de problemas como a manipulação genética ou a clonagem, por exemplo, sinto-me na mesma posição do leigo. Mesmo no campo da energia nuclear, se por um lado minha competência, na condição de físico, me permite obviamente avaliar os perigos da radioatividade, por outro, ela não lança nenhuma luz sobre os riscos que as usinas nucleares acarretam – que têm mais a ver com um sistema de tubulações e de concreto do que com a estrutura do núcleo atômico. Devemos abandonar essa representação equivocada da realidade, legado da divisação que se fazia, no século XIX, entre os

11 “Internet publicity of data problems in the bioscience literature correlates with enhanced corrective action”, Paul S. Brookes. In PeerJ: <https://peerj.com/articles/313/> [acessado em 28 de abril de 2014]

cientistas, detentores de um conhecimento geral e universal, e o público ignorante e indiferenciado ao qual era preciso transmitir conhecimento. Está mais do que na hora de nós, cientistas, mostrarmos um pouco mais de modéstia e admitirmos que nosso conhecimento é na realidade muito limitado.” [grifos nossos][12]

COMO FAZER?

Muitas vezes as boas razões sucumbem na hora da prática cotidiana. Seguem algumas sugestões básicas para uma boa relação entre o cientista e os veículos jornalísticos. Por mais simples que sejam, essas dicas continuam sendo solenemente ignoradas:

1. Um bom release deve ser claro, direto, simples. O que interessa é a pesquisa, não o pesquisador; as ideias, não os autores. Títulos retumbantes e fotos do cientista apertando a mão de autoridades **não têm interesse jornalístico**;
2. Como já foi dito, todo bom repórter está atrás de exclusividade, de um “furo”. Só garanta exclusividade se **você pode e vai cumprir a promessa**;
3. **Dedique tempo**, tenha paciência para responder e tirar dúvidas, ainda que básicas;
4. **Não exija revisar a reportagem** ou a entrevista. Coloque-se à disposição para checagens, é bem diferente. O jornalista e o veículo, insistimos, não são meros divulgadores ou porta-vozes do seu trabalho. Não estão preparando uma ata. Dê sua contribuição e fique na torcida para que a matéria seja bem-feita. Se você não está disposto a correr esse risco, é melhor nunca mais falar com jornalistas;
5. Se estiver disposto a atingir um “padrão ouro”, disponibilize você mesmo

boas imagens (de novo, uma **foto profissional** do seu laboratório vale mais do que um retrato seu, e muito mais do que o registro de um aperto de mão entre você e o prefeito ou o governador) e esboços/esquemas para a elaboração de **infográficos**;

6. Se quiser ver uma análise sua publicada, apenas escreva um texto bem escrito, com sugestão de título e no **tamanho habitualmente publicado** pelo veículo. Acompanhe a publicação em que você deseja espaço;
7. Para influenciar pautas no médio e longo prazo e fomentar uma rede de boas fontes e bons jornalistas, organize eventos **especialmente talhados para jornalistas**.

Concluimos este artigo introdutório reforçando a sugestão de que os cursos de graduação e pós incluam essas questões em sua grade curricular, para que, sem simplismos e ingenuidades, nossos futuros cientistas assumam como parte de sua missão a interação com o jornalismo.

Referências

- ABRAMO, Claudio Weber (org.). A regra do jogo – o jornalismo e a ética do marceneiro. São Paulo: Companhia das Letras. 1988
- BROOKES, Paul S. “Internet publicity of data problems in the bioscience literature correlates with enhanced corrective action”. No site PeerJ: <https://peerj.com/articles/313/>
- BUENO, Wilson da Costa. “O caso boimate. Uma árvore que dá filé ao molho de tomate. E alguém acreditou nisso”. Imprensa Brasileira, p.12. 1987. No site Jornalismo Científico: http://www.jornalismo-cientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo_cientifico/artigo11.php
- MASSARANI, Luisa, MOREIRA, Ildeu de Castro e BRITO Fatima. Ciência e Público – caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2002
- SCHWARTZMAN, Simon. “Publicar ou morrer”. No blog de Simon Schwartzman: <http://www.schwartzman.org.br/sitesimon/?p=4777&lang=pt-br>
- VOGT, Carlos (org.). Cultura científica: desafios. São Paulo: Edusp. 2006

12 “Cultura científica: impossível e necessária”, in Cultura científica: desafios. pp 28-43