



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

CIÊNCIA EM PAUTA: AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS DAS REVISTAS SUPERINTERESSANTE E GALILEU

SCIENCE AGENDA: DISCURSIVE STRATEGIES OF SUPERINTERESSANTE AND GALILEU MAGAZINES

CATARINA SCHNEIDER ; MICHELE DA SILVA TAVARES ¹

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

Resumo: Este artigo tem como principal objetivo analisar as estratégias discursivas utilizadas pelas revistas Superinteressante e Galileu para que as temáticas Ciência e Tecnologia tornem-se mais próximas do público leitor. Entre os resultados obtidos, como o fato das fontes autorizadas serem, em sua maioria, estrangeiras; as marcas de intencionalidade explícitas e implícitas nas matérias analisadas, entendendo os elementos que compõem os enunciados e compreendendo seu uso na composição do texto de divulgação científica. O corpus compreende 26 exemplares das duas revistas, publicados nos anos 2011 e 2012.

Abstract: This paper has as main objective to analyze the discursive strategies used by magazines Superinteressante and Galileo for the theme Science and Technology to become closer to the readership. Among the results, as the fact of being authorized sources, mostly foreign, marks intentionality explicit and implicit in the subjects analyzed, understanding the elements that comprise the statements and understand their use in the composition of scientific text. The corpus contains 26 copies of the two magazines, published in the years 2011 and 2012.

Palavras- chaves: Análise do Discurso; Análise Crítica do Discurso, Jornalismo Científico, Superinteressante; Galileu.

Keywords: Discourse Analysis, Critical Discourse Analysis, Scientific Journalism, Superinteressante; Galileu.

¹ Jornalista. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Integrante do GRIS – Grupo de Estudo e Pesquisas Imagem e Sociabilidade. Bolsista Capes. E-mail: micheletavaresjor@yahoo.com.br.



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

Introdução

Este artigo destaca a reflexão teórico-metodológica e os resultados obtidos a partir do Trabalho de Conclusão de Curso “O Discurso Científico nas revistas Superinteressante e Galileu”², que teve como objetivo entender como a Ciência e Tecnologia são abordadas por esses dois periódicos e a forma que o discurso é trabalhado para que os temas tornem-se acessível ao público. Do ponto de vista teórico-metodológico, o artigo traz abordagens da Análise do Discurso, embasada em autores importantes dessa vertente, como Dominique Maingueneau e Michel Foucault. Já para a Análise Crítica do Discurso, autores como Norman Fairclough e Eni Orlandi são utilizados, por trazerem uma concepção de discurso e prática social. Tais autores possibilitaram fazer um breve histórico dessas duas metodologias, dando base para o pesquisador observar o funcionamento textual-discursivo da divulgação científica e os conceitos importantes que auxiliaram no entendimento do discurso científico.

A Análise Crítica do Discurso e a Análise do Discurso contribuíram para a pesquisa, pois são métodos de análise que possibilitam ao pesquisador encontrar na linguagem e na construção textual respostas para alguns questionamentos acerca do objeto pesquisado, detalhando os recursos linguísticos utilizados, as vozes procuradas, contribuindo também para entender como as imagens interferem na compreensão do conteúdo pelo leitor.

O objetivo principal do artigo é entender quais são as estratégias discursivas utilizadas pelas duas revistas para que os assuntos abordados sejam entendidos, já que os temas trazidos são, inicialmente, complexos e que requerem um conhecimento específico para que sejam acessados. Porém, a proposta da Superinteressante e Galileu é exatamente tornar esses assuntos palpáveis e de fácil compreensão para os leitores através de um discurso diferenciado.

² Este artigo destaca a reflexão teórico-metodológica e os resultados obtidos a partir do Trabalho de Conclusão de Curso “O Discurso Científico nas revistas Superinteressante e Galileu”.



1. A Análise do Discurso e o Jornalismo

O saber do jornalismo é um saber para o público. Um de seus principais objetivos é entender o que o leitor *quer e precisa* conhecer e encontrar uma forma clara de construir a informação para que chegue até ele. O Jornalismo Científico e a Divulgação Científica têm esse objetivo muito mais exaltado, já que o seu discurso é produzido por uma comunidade de jornalistas especializados e de pesquisadores revestidos de conhecimento aprofundado.

Além de bastante semelhantes, os termos Jornalismo Científico e Divulgação Científica se cruzam: os dois têm o objetivo de tornar públicas informações sobre pesquisa científica e de popularizar a Ciência. Mas há uma linha tênue que distingue os significados. É possível encontrar o Jornalismo Científico em áreas de todos os tipos, como saúde, política, economia, agricultura, já que ele se propõe a trazer de uma forma mais acessível, com linguagem mais simples, o que é descoberto, analisado e estudado nessas áreas. Ele tenta trazer ao público o que eles não poderiam acessar por conta própria, se dedicando a quem está fora da esfera da Ciência. Dessa forma, é possível afirmar que todo Jornalismo Científico é também uma Divulgação Científica, pois a Divulgação busca expandir o conhecimento, seja ele destinado ao público leigo ou voltado para a academia. Porém, não é possível fazer essa afirmação inversamente, já que a Divulgação Científica é voltada para o desenvolvimento acadêmico. Então ela é transmitida em artigos, seminários, palestras e tudo que expande o conhecimento para quem já tem uma afinidade com ele.

O objeto empírico do estudo foi escolhido, primeiramente, por serem duas revistas que têm como objetivo principal a divulgação da Ciência e Tecnologia. Além dessa semelhança, elas têm o mesmo público alvo, os adolescentes, e grande representatividade no mercado editorial, já que a circulação das duas revistas é alta (Superinteressante, 362.462 e Galileu 146.187). Apesar de serem de editoras diferentes, já que Superinteressante é da Abril e a Galileu da Globo, os periódicos têm estrutura e forma de abordar os temas bastante semelhantes, dessa forma, facilita a observação e comparação entre elas.



1.1. O discurso

Partindo do conceito de discurso que, para a Análise do Discurso, não se trata apenas do envio de informação do emissor para o receptor. Isso porque a linguagem não é fixa, pois ela recebe várias influências externas, como a relação entre os sujeitos e também os sentidos modificados a partir da história. Assim, o processo do discurso é de produção de sentido e não apenas transmissão de informação. Para Norman Fairclough, o discurso é historicamente situado, constituído socialmente, e formado de identidades sociais, relações sociais e sistemas de conhecimento e crença. “Ao usar o termo “discurso”, proponho considerar o uso da linguagem como forma de prática social e não como atividade individual ou reflexo de variáveis situacionais” (FAIRCLOUGH, 2011, p.91).

A Análise do Discurso busca desconstruir o texto em discursos, ou seja, em vozes, para que assim seja possível entender como ele foi montado e poder interpretar suas características. O jornalismo, por exemplo, diante dessa metodologia, tem como base apenas a intenção do jornalista, pois ele apenas consegue direcionar a leitura para um determinado sentido com o seu texto, mas não há nenhuma certeza que o encontro de sentidos vá mesmo ocorrer (MARCIA BENETTI, 2010, p. 108). Assim, a Análise do Discurso como exercício metodológico dessa pesquisa, pois ela permite fazer um mapeamento das vozes que compõe os textos das matérias analisadas e assim poder identificar os sentidos que estão incorporados naquilo que poderia ser dito, que é uma das lógicas da Análise do Discurso.

A AD nos diz que um sentido sempre vem representar aquilo que poderia ser dito, naquela conjuntura específica, por aqueles sujeitos em particular, instalados ideologicamente a dizer uma coisa, e não outra. Por isso conceitua-se uma formação discursiva como *aquilo que pode e deve ser dito, em oposição ao que não pode nem deve ser dito* (BENETTI, 2010, p. 112).

No caso desta pesquisa, que trata de reportagens cuja temática principal é a ‘Ciência’, os jornalistas buscaram esse tema como forma de ampliar as marcas desse tipo de discurso (direcionado para um público leigo, para um público específico, com palavras específicas ou



não) para entender onde o objeto analisado se encontra e compreender as formações ideológicas que, existindo anterior e exteriormente ao objeto pesquisado, determinaram, assim, o discurso identificado no texto.

Convém destacar que, há várias vertentes dentro da Análise do Discurso. Uma delas é a análise do discurso francesa, que, segundo o autor Eduardo Manhães, é caracterizada pelo assujeitamento de quem transmite a mensagem. Já a análise do discurso inglesa, ao contrário da anterior, é caracterizada pelo papel ativo do sujeito, ou seja, é a identificação da pessoa que conduz a narrativa dos conhecimentos e que constrói proposições para os interlocutores (MANHÃES, 2009, p. 306). Segundo Orlandi (1980), essas direções vão demarcar duas maneiras diferentes de pensar a teoria do discurso: uma que a atende como extensão da linguística (correspondente à perspectiva da teoria americana) e outra que considera a relação necessária entre o dizer e as condições de produção desse dizer, colocando a exterioridade como marca fundamental (perspectiva europeia).

Porém, além dessas duas possibilidades a serem seguidas na Análise do Discurso, há também a Análise Crítica do Discurso que se destaca por ser, principalmente, transdisciplinar, ou seja, utiliza outras teorias em suas aplicações, mas também transforma tais teorias em favor da abordagem sociodiscursiva, já que tem como base a Teoria Social do Discurso. Neste sentido, ao longo deste artigo, discutiremos a escolha da vertente de análise crítica do discurso como metodologia complementar desta pesquisa, que auxilia a compreender os recursos discursivos utilizados pelas revistas *Galileu* e *Superinteressante* no processo de acessibilização do conhecimento científico.

2. Análise Crítica do Discurso como metodologia (ACD)

Essa teoria se baseia no entendimento que a linguagem é parte fundamental na vida social e está conectada também a outros elementos sociais (RESENDE e RAMALHO, 2011, p.11). Dessa forma, a teoria busca entender a influência dos recursos linguísticos nas relações



e onde as interações discursivas se inserem.

Essa teoria assenta-se em uma visão científica de crítica social, tentando entender o uso da linguagem como prática social está inserida na história e como ela se transforma. Segundo Fairclough (2011), não há uma relação externa entre linguagem e sociedade, e sim uma relação interna e dialética:

Primeiro, implica ser o discurso um modo de ação, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, como também um modo de representação. [...] Segundo, implica uma relação dialética entre o discurso e a estrutura social, exigindo mais geralmente tal relação entre a prática social e a estrutura social: a última é tanto uma condição como um efeito da primeira (FAIRCLOUGH, 2011, p. 91).

Com isso, o autor descarta o conceito que fala como atividade individual e também a teoria sociolinguística, que apesar de descrever a linguagem como uma construção social, descarta a contribuição do discurso como forma de reprodução, construção e mudança social.

Segundo a vertente de Análise Crítica defendida por Fairclough (2011), o discurso deve ser analisado em três dimensões possíveis: como prática social, como prática discursiva e enquanto texto. A primeira é entendida como uma dimensão do discurso, assim como o texto, que se organiza como ‘vocabulário’, ‘gramática’, ‘coesão’ e ‘estrutura textual’. Essas duas dimensões são mediadas pela prática discursiva, que insere o processo de produção, distribuição e consumo do texto, além de processos sociais relacionados a diferentes ambientes, já que os textos são produzidos de formas particulares em contextos sociais específicos. Ou seja, um texto só faz sentido para alguém que nele vê sentido. Já a prática discursiva varia de acordo com os fatores sociais envolvidos, podendo apresentar vários tipos de discurso (FAIRCLOUGH, 2011, p. 101- 115).

Há dimensões ‘sociocognitivas’ específicas de produção e interpretação textual, que se centralizam na inter-relação entre os recursos dos membros, que os participantes do discurso têm interiorizado e trazem consigo para o processamento textual e para o próprio texto (FAIRCLOUGH, 2011, p. 109).



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

O autor acredita, com sua teoria, que a mudança do discurso acontece à medida que os produtores e os intérpretes se relacionam a partir de novas convenções discursivas, como códigos e elementos, pois assim estão renovando as ordens do discurso já existentes. Essa mudança pode afetar a ordem do discurso local, como uma empresa, mas pode também modificar o discurso social. Isso pode ser exemplificado pela a redução da diferença entre os discursos de professores e alunos e pais e filhos, por exemplo.

Para que o todo seja entendido, é preciso compreender as partes de um texto. Segundo Foucault, todos os enunciados (palavras) têm a função de posicionar no contexto os sujeitos que produzem, mas que também recebem cada palavra. “Descrever uma formulação como enunciado [...] consiste em determinar que posição pode e deve ser ocupada por qualquer indivíduo para que ele seja o sujeito dela” (FOUCAULT citado por FAIRCLOUGH, 2011, p. 68).

Dentro dessa discussão, é importante abordar o conceito de *intertextualidade*, que significa uma reformulação do que já foi dito, ou seja, um enunciado é constituído por pedaços de enunciados de outros textos. Isso acontece e fica nítido no discurso relatado pelas revistas de divulgação científica, já que os jornalistas que ali escrevem buscam através das suas fontes (especialistas, cientistas, pesquisas) o conhecimento necessário para poder relatar um enunciado para o público. No entanto, esse texto será a composição de todos os discursos dos outros, porém reformulado, ou seja, colocado em uma linguagem simples e acessível.

No entanto, Fairclough (2011) afirma que os textos também se diferenciam na medida em que seus elementos se integram. “O texto de um autor pode estar claramente separado do resto do texto por aspas e verbo dicendi, ou pode não estar marcado e estar integrado estilisticamente” (FAIRCLOUGH, 2011, p.137). A inserção do discurso do outro ficou muito evidente em todas as matérias das revistas analisadas, em que o jornalista sempre trazia a fala de uma fonte para sustentar a tese apresentada, por citação direta e aspas. Isso afirma o que é dito pelo autor, que a representatividade do discurso é uma parte muito importante da notícia. “É a representação do que as pessoas disseram e merece ser notícia” (FAIRCLOUGH, 2011, p. 140).



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

Portanto, a Análise Crítica do Discurso apresenta-se como vertente metodológica norteadora porque a pesquisa não se limita a apenas fazer a contagem das recorrências e tirar uma conclusão a partir disso. Além da análise quantitativa, propiciada pela Análise de Conteúdo, o trabalho se propõe a situar as palavras num contexto de produção, compreender as estratégias discursivas empregadas pelas revistas, entre elas, compreender o papel das fontes de informação que são convocadas no discurso das matérias analisadas e reforçam o discurso de verdade.

3. Elementos das Estratégias Discursivas

Diante de todo o embasamento teórico-metodológico, chega o momento de inseri-lo nas análises realizadas. A partir de então, será retirado alguns pontos que foram observados como pertinentes para que sejam estudados a partir da Análise Crítica do Discurso. São eles: linguagem coloquial, uso de expressões e ditados, figuras de linguagem e verbos.

3. 1 Discurso Relatado

Uma das manifestações mais claras da heterogeneidade é o discurso direto e indireto. O primeiro aparece como forma de dar valor ao texto e é caracterizado pela colocação de um segundo locutor no texto (já que o primeiro é o próprio autor), já o segundo é reproduzido pelo primeiro locutor, parafraseando o que foi dito, ou seja, não necessariamente é literal, já que ali se encontra a observação de mais um integrante (aquele que fala e aquele que passará o que foi dito) (MAINGUENEAU, 1997).

Esses discursos podem ser escolhidos como forma de atingir o leitor, ou seja, o discurso direto, quando é necessário comprovar o que foi dito ou até trazer ‘verdade’ para o texto, e o indireto é uma forma mais distante de colocar o locutor imerso no que está sendo dito. Segundo o **autor**, o discurso indireto pode ser visto também como um silenciamento de quem fala, ou seja, que o seu poder de fala não pode ser concretizado, ou até uma forma do autor não se responsabilizar pelo que está sendo dito. É importante observar que cada tipo de texto requer



uma maneira de citação

Assim, a representação do discurso não deve ser observada apenas como uma questão gramatical, pois há uma intenção e também um processo ideológico por trás dessa escolha. Segundo as autoras Resende e Ramalho,

Analisar em textos quais vozes são representadas em discurso direto, quais são representadas em discurso indireto e quais as conseqüências disso para a valorização ou depreciação do que foi dito e daqueles(as) que pronunciaram os discursos relatados no texto pode lançar luz sobre questões de poder de uso da linguagem (RESENDE E RAMALHO, 2011, p. 67).

Trazendo essa teoria para a análise feita nas revistas *Superinteressante* e *Galileu*, é perceptível a recorrência desses tipos de discurso, principalmente o direto. Ele aparece, geralmente, depois que uma fonte que tem respaldo para falar, é citada, como no exemplo da revista *Superinteressante* (edição 296, p. 58). “*O chefe do departamento de psiquiatria da USP, Eurípedes Miguel, explica o trabalho: “A medicina está movendo um eixo (que tinha como meta combater a doença) para outro (que privilegia a promoção da saúde)”*”. O mesmo acontece na revista *Galileu*, como no trecho: “*Nossa tendência é respeitar e até se encantar diante de alguém reconhecido por seus defeitos”, diz Martha Hubner, professora do Instituto de Psicologia da USP*” (edição 257, p. 56).

No caso do discurso indireto, apesar de ter aparecido com menos recorrência nas análises, também esteve presente. Podemos citá-lo em “*Bernar Madoff culpou a crise econômica, o próprio sucesso e até a suas vítimas pelo esquema que montou com um banco de investimentos nos EUA- e que fez seus clientes perderem US\$ 65 bilhões*” (*Superinteressante*, edição 291, p. 54) e como na passagem da revista *Galileu*:

O psicólogo Albert Mehrabian, professor da Universidade da Califórnia, estabeleceu, depois de anos de pesquisas, uma regra clássica para mensurar como as mensagens são retidas. **Segundo ele, 7% de se ter o discurso registrado se deve às palavras escolhidas, 38% às variações na entonação da**



voz e no ritmo da fala e 55% ao aspecto visual (edição 257, p. 53).

3.2. Valor de verdade e Poder de fala

Verdade é o que todos os meios de comunicação e órgãos de poder se propõem a fazer e falar perante a sociedade. Mas o discurso é passível de interdições de sua fala e revela, a partir daí, a sua ligação entre poder e desejo de verdade.

Para o jornalismo, esse desejo de verdade e objetividade está entre os delineadores éticos da profissão. Assim, os veículos jornalísticos oferecem informações que permitem o indivíduo formar suas convecções acerca do mundo e os princípios de verdade, imparcialidade e neutralidade são àqueles que asseguram um ambiente democrático. Dentro da profissão, não se trabalha com hipóteses.

No caso do Jornalismo Científico, ele é embasado em ‘verdades’ científicas. Quem atribui esse valor de verdade para o leitor são as fontes, mas também o próprio veículo de informação, já que a revista tem credibilidade porque busca sempre a exatidão dos fatos e para isso ouve fontes autorizadas. As hipóteses são questionadas pelos cientistas para que os resultados sejam divulgados pelos periódicos.

Em *A Ordem do Discurso* (2001), Michel Foucault acredita que a vontade de verdade tende a exercer uma pressão e coerção sobre outros discursos, como a literatura, por exemplo. Diante disso ele afirma que há três grandes sistemas de exclusão que atingem o discurso: a palavra proibida, a segregação da loucura e a própria vontade de verdade.

No entanto, o autor afirma que houve uma separação do discurso verdadeiro, pois ele passou a não residir mais no que era o discurso, mas sim no próprio discurso. Agora essa verdade encontra-se no próprio enunciado: em seu sentido, forma, objeto, relação e referência.

É que se o discurso verdadeiro não é mais, desde os gregos, aquele que responde ao desejo ou aquele que exerce o poder, na vontade da verdade, na vontade de dizer esse discurso verdadeiro, o que está em jogo, senão o desejo e o poder? (FOUCAULT, 2011, p. 20).



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

Portanto, esse discurso, conceituado por Foucault, como aquilo que não apenas manifesta o desejo, mas aquilo que é o objeto de desejo. “O discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nós queremos apoderar” (FOUCAULT, 2011, p. 10). A interdição da fala é característica da nossa sociedade, em que não se pode dizer tudo, nem qualquer um pode falar de qualquer coisa. O poder de fala está restrito a alguns, só eles têm esse direito privilegiado. Segundo o autor, em nossa sociedade, essa interdição está mais acirrada nas regiões da sexualidade e política. “É como se o discurso, longe de ser esse elemento transparente ou neutro no qual a sexualidade se desarma e a política se pacifica, fosse um dos lugares onde elas exercem, de modo privilegiado, alguns de seus mais temíveis poderes” (FOUCAULT, 2011, p.10).

Foucault quando fala da interdição da fala, faz uma analogia com o louco, cujo discurso não pode circular com o dos outros, já que sua palavra não tem verdade e nem importância para a sociedade, anulando o seu direito, como indivíduo, de lutar pelos seus direitos, já que também não tem voz perante a Justiça.

Diante de toda essa discussão, levando para o objeto de pesquisa, o poder de fala e a busca da verdade são bastante claros. Já no discurso científico, as fontes convocadas a falar são aquelas que têm credibilidade, que falam a partir de instituições que têm respaldo perante a sociedade, como professores e pesquisadores, ou que a profissão da fonte dê voz a ela, como médicos e cientistas. A interdição desse discurso pode ser entendida como uma forma de passar credibilidade para os leitores, que eles vejam aquele texto como ‘verdade’, mesmo que a linguagem seja acessibilizada, ou seja, sem termos científicos.

3.3. Verbos

Outro aspecto que se destaca no discurso das revistas é o emprego de verbos de ação que introduzem o discurso direto ou indireto das fontes de informação e fundamentam a argumentação. Destacamos que convém refletir sobre isso, pois em função do verbo escolhido,



toda a interpretação do enunciado será afetada. Segundo Maingueneau (1997), esses verbos são chamados de “verbos de comunicação”.

Com exceção do verbo *dizer*, que, aparentemente é neutro, ou seja, não invoca nenhum sentido diferente ao enunciado, os demais veiculam diversos tipos de pressupostos. Verbos como *revelar* e *pensar* incidem um valor de verdade para o enunciado; verbos que estão ligados à posição cronológica, como *repetir*, *concluir*, *replicar*, verbos que remetem ao ponto de vista atribuído ao enunciador, como *reconhecer* e *confessar*, e àqueles que impõe uma hierarquia, como *ordenar*, *suplicar*. Há ainda aqueles chamados de “verbos de opinião”, como *considerar*, *achar*, *imaginar*, *decidir*, *pensar* e *acreditar*.

Nas revistas analisadas, observaram-se os verbos que introduziam as palavras relacionadas à ciência, presentes nas capas, e é perceptível o valor dado ao discurso dessa fonte, mesmo que ele não esteja explícito no momento. Como exemplo, podem ser citados os verbos:

- a) Descobrir: “*Mas a **Ciência descobriu** como tornar essa parceria lucrativa*” (Galileu, edição 245)
- b) dizer: “*A **ciência diz**: na dose certa, esse problema pode ser usado a seu favor*” (Galileu, edição 248)
- c) desvendar: “*Desejo: a **Ciência desvenda** a lei da atração*” (Galileu, edição 250);
- d) reprogramar: “*A **Ciência reprograma** sua rotina*” (Galileu, edição 251),
- e) solucionar: “[...] *Mas a **Ciência tem como solucionar**: aprenda a ajustar seus ponteiros para ter uma vida mais saudável*” (Galileu, edição 253);
- f) revelar: “[...] *Saiba o que a **Ciência revela***” (Galileu, edição 256)
- g) mostrar: “***Pesquisas mostram** o que está por trás de uma boa lábia*” (Galileu, edição 257)
- h) garantir: “*Seu futuro já está escrito- e quem **garante isso é a Ciência***” (Superinteressante, edição 287)
- i) afirmar: “***Cientistas afirmam**: maldade é doença*” (Galileu, edição 240)



- j) surpreender: “*A **Ciência surpreende**: na era da informação, sonhos incentivam mais que dinheiro*” (Galileu, edição 239)
- l) explica: “***Os cientistas explicam** o porquê e ensinam como você pode fazer a diferença*” (Galileu, edição 236)
- m) imaginar: “*Cães, gatos e Cia são bem mais inteligentes do que a **Ciência imaginava***” (Superinteressante, edição 310)
- n) começar: “***A Ciência começa** a descobrir que sim, os animais também são gente*” (Superinteressante, edição 289)
- o) prever: “*As catástrofes estão mais violentas. Agora a **Ciência tenta prever** onde e como elas atacarão*” (Superinteressante, edição 290)
- p) acreditar: “***Eles são cientistas. Eles acreditam** em espíritos e reencarnação*” (Superinteressante, edição 296)
- q) conhecer: “*Lembranças positivas são a chave para uma vida melhor. **E a Ciência já conhece***” (Superinteressante, edição 300)
- r) querer: “*Eles passaram por situações extremas e sobreviveram. Agora, **a Ciência quer estudá-los***” (Superinteressante, edição 303)
- s) saber: “*Não é simples manter a disciplina diante dos prazeres da vida. Mas a **Ciência já sabe** que o autocontrole é uma das atitudes mais importantes que você pode ter*” (Superinteressante, edição 297)

Nota-se que os verbos utilizados incidem valor de verdade e que ressaltam opinião, que por vir de fontes renomadas (cientistas), são tomados como verdade pelos leitores. A força que esses verbos exprimem são tamanhas, pois dão ao enunciado o poder de veracidade. Importante ressaltar que todos esses verbos citados, aparecem na capa das revistas, o que reforça a proposta, que é divulgar Ciência, e manter o público alvo informado dos assuntos que a envolve. Para o leitor que olha a capa da revista, vê aquilo que está sendo dito como solução para o

problema apresentado, tornando os cientistas os responsáveis por todas essas descobertas. Além disso, também toma para si o discurso como verdade absoluta, sem ao menos pensar em questioná-lo. Isso demonstra uma intenção das revistas em traduzir o conhecimento científico para o leitor com o objetivo de passar credibilidade.

3.5. Paráfrase

O sentido só é atingido por alguém- seja por quem fala ou por quem recebe a informação- porque ele já foi dito anteriormente, em outro lugar, em outro momento. Ou seja, quando falamos, buscamos da memória o que aprendemos, vimos, sentimos e ouvimos o outro dizer, representando, dessa forma, o retorno aos mesmos espaços do dizer.

Segundo Orlandi (2009), é difícil separar, dentro da linguagem, o *mesmo* do *diferente*. Diante disso, é possível dizer para o funcionamento da linguagem e a construção dos sentidos, que existem dois movimentos inseparáveis: a paráfrase e a polissemia.

Os processos parafrásticos são aqueles pelos quais em todo dizer há sempre algo que se mantém, isto é, o dizível, a memória. Produzem-se diferentes formulações do mesmo dizer sedimentado. A paráfrase está do lado da estabilização (ORLANDI, 2009, p. 36)

Enquanto a paráfrase é tida como a base da fala, é o ‘dizer o que já foi dito’, a *polissemia* é ‘ao dizer o que já foi dito, diz-se algo diferente’. Dessa forma, o discurso se constrói nessa tensão entre o mesmo e o diferente. Ao falar, são utilizadas palavras já ditas anteriormente, mas nunca é dito da mesma forma, mudando sempre o sentido. Segundo a autora, “é nesse jogo entre paráfrase e polissemia, entre o mesmo e o diferente, entre o já-dito e o a se dizer que os sujeitos e os sentidos se movimentam, fazem seus percursos, (se) significam” (ORLANDI, 2009, p. 36).

O significado é possível a partir das falhas encontradas na língua e as transformação da história, permite um movimento dos sujeitos e dos sentidos. Isso se chama incompletude: nem



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

os sujeitos, nem os sentidos, logo, nem o discurso, já estão prontos e acabados, eles se transformam diariamente, junto com a sociedade. “Daí dizermos que os sentidos e os sujeitos sempre podem ser outros. Depende de como são afetados pela língua, de como se inscrevem na história. Depende de como trabalha e são trabalhados pelo jogo entre paráfrase e polissemia” (ORLANDI, 2009, p. 37).

Diante disso, é possível distinguir criação de produção. A produção é entendida como ‘repetição’, dizer aquilo que já foi dito, retornar, constantemente, ao mesmo espaço dizível, produzindo a variedade do mesmo. Já a criação pode ser entendida como a ruptura desse processo, a inovação, a introdução do novo em um espaço que é tomado pela repetição. Assim, surgem os novos sentidos.

Esse processo é muito perceptível na mídia- impressa, televisiva, radiofônica ou digital onde há sempre uma produção e, muito raramente, uma criação, seja no modo fazer as notícias, de construir uma novela, de passar algo para o outro. O padrão está sempre presente, só há uma repetição do mesmo. Para haver a criação, seria preciso existir a quebra desse padrão, dando sentido àquilo que, aparentemente, não havia sentido.

Decorre dessa afirmação que a paráfrase é a matriz do discurso, pois não há sentido sem que exista a repetição, sem sustentação na linguagem já conhecida. Já a polissemia é tida como a ‘fonte’ da linguagem, já que é ela quem ‘nutri’ o discurso para que ele seja modificado, pois se os sentidos não pudessem ser outros, não haveria necessidade de dizer, já que seria sempre o mesmo.

Trazendo essa discussão para o objeto analisado, é possível perceber a paráfrase quando os autores das matérias trazem para o texto o discurso das suas fontes, ou seja, o que é dito nas reportagens é uma repetição do que já foi dito por um cientista, médico ou professor. O conteúdo passado é o mesmo.

Há essa repetição também nos assuntos escolhidos para ser matéria de capa das revistas. Por exemplo: ao longo do período analisado, observaram-se em *Superinteressante* duas



capas que abordavam o assunto ‘psicopatas’ (edições 291 e 304); duas que falavam de ‘animais’ (edições 289 e 310); duas que falavam de ‘catástrofes’ causadas pela natureza (edições 290 e 298); duas que falavam sobre ‘alimentação’ (edições 297 e 311) e quatro que falavam de ‘religião’ (edições 293, 296, 305, 312).

Na Galileu esse fenômeno também não foi diferente. Os temas recorrentes foram ‘cérebro’ (edições 234, 237, 241 e 246); ‘crenças’ (edições 255 e 256) e ‘alimentação’ (edições 242 e 251). É importante citar o encontro de temas entre as duas revistas, ou seja, há uma repetição não somente dentro da própria revista, mas também entre aquelas que têm linhas editoriais parecidas.

Já a polissemia pode ser vista na transformação da linguagem passada pelas fontes para o autor para àquela que o público irá receber. O objetivo das duas revistas é divulgar Ciência para um público não-especializado, ou seja, é necessário que haja a transformação do que é dito, passando de uma linguagem especializada para uma mais acessível. O autor do texto transforma o discurso para que assim o público seja atingido pelo objetivo da linha editorial das revistas.

3.7. Autoridade e Provérbio

A autoridade significa o locutor proferir falas pelas quais ele não se responsabiliza, passando esse papel para um ‘locutor superlativo’, que garante a validade do enunciado. Esse enunciado é, geralmente, já conhecido pela sociedade, mas que não pode ser resumido ou reformulado.

O discurso jornalístico é polifônico. Por ele circulam diversas vozes, como as fontes de informação, o jornalista que assina o texto, o leitor, a empresa jornalística e sua linha editorial, etc. Para que essas vozes tenham o poder de fala, o sujeito deve ocupar um lugar de fala, ou seja, de onde ele deve falar dentro daquele contexto. Segundo Lago e Benetti (2010), esses lugares são construídos fora do discurso em questão, eles são determinados pelas questões



culturais, sociais e históricas, ou seja, o “externo” é que decide a materialidade discursiva.

Esse locutor superlativo, no jornalismo, pode ser identificado como a fonte primária, que são as vozes convocadas para validar um discurso ou contrapor uma argumentação. Em um discurso, está embutida a representação de mundo de quem fala. Diante disso, a perspectiva de mundo que prevalece são das vozes que têm poder de expressão, ou seja, que pode colocar para a sociedade os seus ideais, interpretações e visão, já que elas têm uma posição diante da sociedade.

No objeto analisado, esse fato foi muito notado. As fontes que têm direito de fala nas reportagens, são todas renomadas e respeitadas pela sociedade. Isso dá sustentação e credibilidade ao que está sendo dito pelo autor do texto, pois é através dessa fonte primária de ‘poder’ que os leitores veem naquele texto a verdade.

Segundo Maingueneau (1997, p. 101), o provérbio representa um enunciado limite, já que é o locutor autorizado que o valida. Eles fazem parte do dicionário da língua e eles penetram em vários aspectos da linguagem, sendo possível em todos os discursos, até o científico e técnico. Eles trazem, para o leitor, um entendimento mais acessível do que está sendo dito no texto, pois o leva a associar o enunciado com a representação do provérbio e com o que significa dentro da história da sociedade.

Os provérbios são muito particulares, ou seja, são tradicionais de cada sociedade e por isso são considerados registros de uma cultura. Nas matérias analisadas, mesmo que tragam o tema científico, eles estiveram presentes, já que a linguagem podia ser tratada de uma forma mais leve e acessível. É possível perceber esse fenômeno no trecho “[...] *O mundo inteiro tem provérbios na linha “deus ajuda”, mas é preconceito demonizar quem acorda mais tarde.*” (Galileu, edição 253) e “*A chapa esquentou. Quando o assunto é aquecimento global, o mundo se divide entre eco radicais e ecochatos*” (Superinteressante, edição 299).

Assim, fica claro que as estratégias argumentativas utilizadas pelas revistas de cunho científico têm uma intenção, seja para acessibilizar a linguagem para o público destinado, para



passar o credibilidade através das ‘verdades’ divulgadas, ou mesmo para modificar o significado das palavras, deixando a interpretação para o leitor. Isso é feito porque o tema precisa ser repensado e reescrito pelos jornalistas para que o objetivo das revistas, que é acessibilizar a ciência, seja alcançado.

Conclusão

Este artigo se propôs a identificar as estratégias discursivas utilizadas na construção das reportagens das revistas *Superinteressante* e *Galileu*, com o objetivo de popularizar a Ciência. A escolha desse tema trata-se de uma preocupação em registrar como essa temática está sendo abordada pelos veículos impressos de comunicação, já que é um tema não tão recorrente na mídia. Entender como ele é construído e as intenções presentes em palavras e expressões foram essenciais para que conceitos pudessem ser entendidos dentro do texto.

O objetivo principal foi alcançado através da metodologia escolhida, Análise Crítica do Discurso, que auxiliou o entendimento dessas recorrências, foram essenciais para que o discurso científico fosse entendido.

Alguns resultados obtidos com a pesquisa são importantes ressaltar. Entre eles, o fato das fontes autorizadas serem, em sua maioria, estrangeiras. Isso nos faz questionar se as universidades ou centros de pesquisas nacionais não têm respaldo diante dos leitores ou das próprias revistas, sendo preciso buscar fontes fora do nosso país. Notou-se também que mesmo quando elas são nacionais, localizam-se, em sua maioria, no Sul e Sudeste do Brasil. Isso pode ser justificado já que os grandes centros de pesquisa e as Universidades que movem estudos ligados à Ciência e Tecnologia localizam-se nessas regiões. No entanto, há instituições em outras regiões do país que desenvolvem pesquisas científicas, mas, que, por não serem os centros de referência no país, não são procuradas para tratar desse assunto.

O trabalho trouxe contribuições para a pesquisa em comunicação com a escolha da metodologia porque ela permitiu que o olhar do pesquisador buscasse as marcas de intenciona-



lidade explícitas e implícitas nas matérias analisadas, entendendo os elementos que compõem os enunciados e compreendendo seu uso na composição do texto de divulgação científica. Para isso, foram utilizados os conceitos de verdade, poder de fala e heterogeneidade como ferramentas que guiam a busca de elementos intencionais nos textos. Ao analisar o jogo discursivo das duas revistas, constatamos a prática de um jornalismo mais ‘livre’, com uso de expressões e marcas da oralidade, mas que se baseia nas estratégias de discussão da ‘verdade’, que pode ser reconhecida nos verbos que seguem nas capas a palavra ‘Ciência’ e suas derivações.

Referências

- BENETTI, Marcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. 3ª ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2010. (Coleção Fazer Jornalismo).
- FAIRCLOUGH, Norman; **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France**, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 19ª ed. Edições Loyola, São Paulo. 2009a.
- MANHÃES, Eduardo. Análise do Discurso. In: DUARTE, Barros; BARROS, Antônio (orgs). **Métodos e Técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2009.
- ORLANDI, Eni. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. 8ª ed. Campinas (SP): Pontes Editores, 2009.
- RESENDE, Viviane de Melo; RAMALHO, Viviane (Org.). **Análise do discurso crítica**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2011.
- SCHMITZ, Aldo Antônio. **Fontes de Notícia: ações e estratégias das fontes no jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2011.