

I&DEIAS FEITAS – ENTRE A CIÊNCIA E O JORNALISMO

Ana Correia Moutinho

Gabinete de Apoio à Investigação da Universidade de Lisboa
acm@cii.fc.ul.pt

Resumo

A cultura científica é uma dimensão indiscutível dos sistemas de I&D. O *Homo scientificus* constrói-se de modo formal e informal num quotidiano em que os media têm um papel preponderante. A ciência e o jornalismo são mundos cada vez mais interligados por práticas e profissionais. O desafio actual é consolidar uma estratégia regular de partilha de conhecimento.

Palavras-chave: Ciência; Jornalismo; Cultura científica.

Abstract

Scientific culture is an integral part of R&D systems. The *Homo scientificus* is built upon a formal and informal daily routine in which the media play a significant role. Science and journalism are becoming bridged worlds by means of their practices and professionals. The current challenge is to consolidate a running strategy of knowledge sharing.

Key Words: Science; Journalism; Scientific culture.

***Homo Scientificus* – Evolução das Relações entre a Ciência e a Sociedade**

A cultura científica tem uma dimensão individual e uma dimensão social (Godin & Gingras, 2000). Resulta de um algoritmo de vida em que participam a escola, a família e os amigos, as instituições científicas, os agentes culturais, as empresas e os media.

A comunicação da ciência é uma actividade que guia os processos de inovação e o desenvolvimento (Gristock, 2000) e à semelhança do que aconteceu com os



modelos da inovação, também a comunicação da ciência evoluiu da linearidade – que assenta no pressuposto da ignorância do público e promove um fluxo unidireccional de comunicação com vista ao acordo e legitimação pública dos resultados da ciência – para a necessidade de diálogo e adopção de metodologias participativas.

Em 2001, a Comissão Europeia apresentou o plano de acção *Ciência e Sociedade* (EC, 2001b) em que reconhece a necessidade de implementação de um modelo democrático de comunicação da ciência e identifica os potenciais actores: “Os media, os investigadores, os organismos de investigação – nomeadamente as Universidades, bem como as empresas, devem desempenhar plenamente a sua função de informação do público. [...] devem estar aptos a comunicar e a dialogar sobre temas científicos de forma profissional, simultaneamente rigorosa e atraente, e a explicar melhor o processo científico em todo o seu rigor e com todos os seus limites”. As principais dificuldades no cumprimento destes objectivos assentam numa tradição de aquartelamento dos saberes científicos num círculo restrito de profissionais, que partilham um código de práticas e uma linguagem que não é a de todos os dias.

Nos últimos anos, o reconhecimento da cultura científica como parte integrante dos sistemas de ciência e tecnologia manifesta-se claramente na sua autonomização dentro do discurso político. Quando, em 2000, o Conselho Europeu endossou a criação de uma *European Research Area*, foi pedida à Comissão e aos Estados Membros a recolha de indicadores e informação em cinco grandes temas dos sistemas de ciência e tecnologia, incluindo a promoção da cultura de I&D e a compreensão pública da ciência (EC, 2002). Agora, em 2006, enquanto se aguardam as versões finais do 7º Programa Quadro de apoio à I&D, discute-se claramente uma agenda para uma investigação europeia reactiva e responsável (EURAB, 2006).

Os dados empíricos disponíveis sobre conhecimentos e atitudes para com a ciência provêm, essencialmente, dos eurobarómetros temáticos (EC 1992, 2001a, 2005) ou das suas réplicas nacionais. Num estudo recente, Moutinho e Godinho (2005), computando uma variedade de indicadores socio-económicos, construíram perfis e grupos para 14 países europeus. Observa-se uma correlação entre a intensidade em I&D e o conhecimento científico e técnico da população, mostrando que a cultura científica se desenvolve no interior do sistema de C&T, não estando apenas dependente da prosperidade económica, mas principalmente da valorização do conhecimento e da construção de sociedades desenvolvidas e informadas num empreendimento de longo prazo.

O *Homo scientificus* enfrenta assim um processo de especiação societal, durante o qual a ciência se autonomiza da comunidade científica e da exploração associada à competitividade económica para se constituir como factor de cidadania (figura 1). Esta ontogenia é observável à escala global, mas também dentro de cada país/sociedade e reflecte-se claramente na retórica associada aos programas públicos.

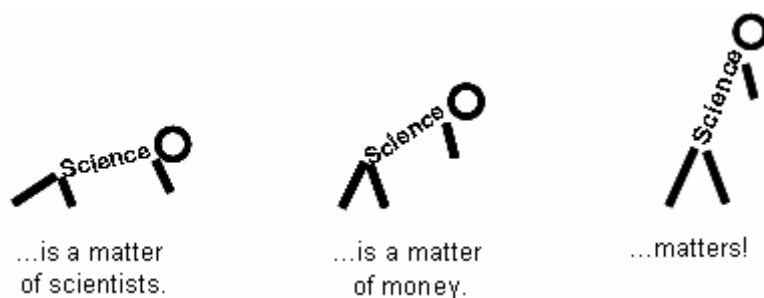


Figura 1. *Homo scientificus* (adaptado de Moutinho, 2004).

A figura 2 apresenta uma matriz possível das concepções e modelos organizativos que sustentam o desenho de políticas de promoção da cultura científica. Os sistemas *top-down* são em geral promovidos pela comunidade científica, com um enfoque na cognição e no conhecimento disciplinar, por oposição à valorização de temáticas propostas pela sociedade (*bottom-up*), frequentemente associadas à emergência das preocupações do consumidor e do cidadão.

Conceito	Modelo organizacional	
	Vertical	Horizontal
Top-down	Infância do sistema Recursos limitados Modelo défice Enfoque disciplinar	Articulação dos sistemas de Educação/C&T/Inovação Envolvimento de diferentes <i>stakeholders</i>
Bottom-up	Esforço de catching-up Modelo diálogo Enfoque temático Sociedade do risco	Metodologias participativos Políticas de longo prazo Maturidade do sistema

Figura 2. Matriz de conceitos e modelos organizacionais para políticas públicas de promoção da cultura científica.



Numa organização vertical, a mobilização dos protagonistas é sectorial, eventualmente mais imediata e até visível, mas enfrenta o desafio da transferência de conhecimento e sustentabilidade de longo prazo, para além do efeito mobilizador inicial. Tipicamente, nas sociedades mais desenvolvidas já se atingiram patamares de socialização e conhecimento que permitem acções articuladas e verdadeiramente participativas.

Em Portugal, assistimos à entrada da cultura científica no discurso político há dez anos, com a instituição da *Ciência Viva*, primeiro como unidade operacional no recém criado Ministério da Ciência e Tecnologia e depois, em 1998, como Agência Nacional para a Cultura Científica e Tecnológica. O compromisso inicial de atribuição de 5% do orçamento nacional de C&T para este braço armado – com objectivos de promoção do ensino experimental das ciências, lançamento de uma rede nacional de centros de ciência e campanhas de divulgação – foi, à época, um esforço emblemático de *caching-up* de uma sociedade desqualificada e cientificamente desinteressada.

A evolução deste modelo obriga-o agora ao desafio da transversalização. As organizações “guarda-chuva” (como também é exemplo o Committee on the Public Understanding of Science – Copus, lançado em 1986 no Reino Unido e extinto em 2002) são, por definição, transitórias e esgotam-se muitas vezes no esforço inicial. Uma plataforma sustentável requer, a prazo, a transferência executiva para os outros actores do sistema, retendo a componente inovadora e de ensaio de boas práticas.

Mundos à Parte – Cientistas e Jornalistas

“Both professions view themselves as examiners, analysts and purveyors of reality, in fact willing prisoners of it: to ignore or to compromise any part of the truth is unacceptable. Not only the world but the whole universe – all things visible and invisible – are the proper domain of both scientists and journalists.” (Hartz & Chappell, 1997, p. 13)

Quando Jim e Rick terminaram a sua viagem de exploração mútua (Hartz & Chappell, 1997) tinham mais em comum do que à partida seria de esperar. A recolha de factos e opiniões, incluindo um extenso inquérito, nas comunidades jornalística e científica diagnostica algumas diferenças, muitas semelhanças e propõe uma base de trabalho mútuo que, todos os dias, se ensaia nas redacções e laboratórios.

Atribui-se uma grande importância às diferenças de linguagem, mas o factor tempo é, muito provavelmente, o principal foco de discórdia. Os jornalistas e os cientistas vivem em dimensões paralelas no espaço e absurdamente dessincronizadas no tempo. Partilham apenas breves momentos porque no jornalismo não há momentos longos. Todos os dias há um jornal de papel novo. Todos os minutos há actualizações nas edições Internet.

“Not that reporters and editors don’t respect the integrity of facts and interpretation. Like scientists, they must make the best judgment possible based on the information at hand. But journalists are compelled to make such calls on a day-to-day, sometimes minute-to-minute basis, whereas scientists often have months or years to complete and publish their research.” (Hartz & Chappell, 1997, p.15)

Do laboratório para a redacção

Há cada vez mais profissionais da ciência que abandonam a bancada pela redacção. Os jornais estão cheios de percursos alternativos, muitas vezes academicamente interrompidos, e um cientista, uma vez recrutado, não destoa no colorido geral.

Por definição, a academia reage de modo mais lento à deserção. Os ainda membros sofrem frequentemente aquilo a que poderíamos chamar de síndrome de Sagan quando se tornam fontes privilegiadas dos media. A visibilidade mediática ainda é recebida, em alguns meios mais tradicionais, com um frieza institucional que muitas vezes desencoraja o esforço de divulgação. Acredita-se, no entanto, que isso está a mudar e para tal contribuem decisivamente os instrumentos públicos de valorização das acções de disseminação do conhecimento científico, nomeadamente por parte das instituições científicas e entidades financiadoras da investigação.

Mas há ainda quem se desencontre para sempre do seu reduzido objecto de investigação e reencontre a ciência plural em papel de jornal, na rádio, televisão ou Internet. Em vários países, como o Reino Unido e os EUA, proliferam as pós-graduações em comunicação dirigidas a estudantes vindos das ciências. São portas de entrada para uma variedade de funções, não só nas redacções de órgãos de comunicação, mas também nas próprias instituições de I&D.



É interessante reparar, por exemplo, na tabela de conteúdos da revista científica *Nature*. As páginas de um dos mais reputados instrumentos de comunicação da comunidade científica mundial estão cada vez mais distribuídas por categorias de informação complementares aos artigos científicos clássicos. Há secções de notícias, reportagem, correspondência, negócio, emprego, artes e publicidade. Há equipas específicas para trabalhar os conteúdos on-line e preparar os comunicados de imprensa que acompanham a divulgação dos artigos científicos. Há uma indústria de comunicação a trabalhar a ciência para o público, e o público somos todos nós, incluindo os cientistas.

Jornalismo de ciência é jornalismo...

...não é ciência. E isto significa que o Dr. Jekyll não se transforma de forma oculta, fortuita, durante a noite, em Mr. Hyde. É preciso aprender a técnica envolvida no registo jornalístico, não basta compreender a ciência. É preciso saber e saber dizer.

O Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas (CENJOR) realizou em 1999/2000 a primeira pós-graduação em Jornalismo de Ciência e Tecnologia. Nos doze formandos iniciais encontravam-se percursos muito diversos, na ciência e fora dela. O programa incluía um estágio num órgão de comunicação e colocou alunos nas redacções dos jornais Público, Diário de Notícias, Expresso, revista Visão, agência Lusa e RTP.

Em 2005/2006 foi reeditado no CENJOR o curso de Jornalismo de Ciência e Tecnologia, mas desta vez dirigido especificamente a licenciados em áreas científicas. Destaque-se ainda a resposta extraordinária (mais de 130 candidaturas) recebida pela iniciativa “Cientistas na Redacção”, promovida pelo jornal Público com o apoio da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, que propôs receber por três meses cientistas profissionais para participarem na elaboração e redacção de notícias na secção de ciência.

A requalificação dos cientistas como divulgadores inclui um enquadramento técnico no tratamento da linguagem e da organização da informação e, essencialmente, muita prática. O desafio inicial é inverter a cronologia de vida da informação e apresentá-la logo ao leitor, destituída de acessórios, com valorização da novidade e actualidade. Um jornalista não faz uma introdução para depois contar a novidade, primeiro conta a novidade e, depois de ter garantido a atenção do leitor com os elementos essenciais, desenvolve o contexto.

A linguagem utilizada deverá ser o mais simples e clara possível. Um estudo recente (Oppenheimer, 2005) evidencia o prejuízo de utilizar vocabulários complexos e apela à simplicidade da linguagem para uma melhor compreensão do discurso. A utilização de adjectivos e outros elementos auxiliares deverá ser sempre reduzida e as frases tendencialmente mais curtas. O ponto final é um elemento essencial para a boa compreensão de um texto e a excessiva utilização de frases intercalares é uma tendência perigosa que cansa o leitor.

Claro que o alívio final do jornalista repousa na firme convicção de que nunca se pode dizer tudo. Essa obrigação de escolher entre a informação disponível, de construir apenas um ângulo possível de abordagem ao tema, permite-lhe concentrar esforços e focar-se no essencial.

A Terceira Cultura

Quase 50 anos depois da famosa palestra Rede de Lord Snow (Snow, 1996) e da enunciação do golfo entre as duas culturas, a ciência ainda se esforça para assegurar o seu reconhecimento como parte integrante da cultura, enquanto luta quotidianamente por mancha de jornal. van Dijck (2003) defende para o século XXI um paradigma multicultural na comunicação da ciência, com reconhecimento da diversidade de populações e disciplinas, mas uma coisa parece certa: não há comunicação de ciência sem cientistas.

A realização de breves acções de comunicação de ciência para investigadores, uma fórmula cada vez mais disponível em Portugal – e amplamente disseminada, por exemplo, no Reino Unido – permite treinar algumas competências básicas de comunicação e discutir as suas principais preocupações no relacionamento com os media. Neste campo, a postura das instituições científicas e as suas opções estratégicas no relacionamento com o exterior merecem destaque e reflexão. As Universidades são disso um exemplo paradigmático.

Para além do ensino e da investigação, o terceiro braço da Universidade estende-se para o exterior, para a sociedade e o mercado. Em Portugal, as Universidade e outras instituições públicas de investigação concentram a produção científica nacional e é muito importante que o dêem a conhecer. A definição de estratégias e instrumentos de comunicação da ciência não é um hedonismo, mas uma prioridade.



Existe uma variedade de livros, guias e brochuras que proporcionam introduções ao tema (Blum & Knudson, 1997; EC, 2005b) e recomendações práticas para os contactos com os media (Araújo, Dias e Godinho, 2006; Carrada, 2006; EC, 2004; Malheiros & Granado, 2001; NASW, 2004). A Figura 3 apresenta um mapa de actividades e sugestões na preparação dos contactos com os media. Para melhores I&Deias.

1. Preparar o comunicado de imprensa	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ identificar claramente a mensagem; trabalhar o título e o <i>lead</i> (primeiro parágrafo do texto) ▪ enquadrar a comunicação na actualidade ▪ fornecer materiais adicionais, como fotografias ou esquemas ▪ preparar um <i>media kit</i> com informação factual: conceitos básicos, siglas decifradas, estatísticas, nomes e afiliações ▪ não esquecer: <i>data</i> (do comunicado e do evento), <i>localização</i> precisa do evento, <i>contactos</i> para mais informações 	
2. Recolher contactos actualizados dos órgãos de comunicação	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ manter ficheiro com as fichas técnicas dos órgãos de comunicação ▪ identificar os responsáveis por área (editor e jornalistas) ▪ privilegiar números de telefone directos e emails pessoais ▪ fornecer também a informação em suporte material (fax ou correio normal) 	
3. Preparar-se	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ dividir a mensagem em 3 pontos essenciais ▪ pensar em analogias, metáforas e <i>sound bites</i> (citação curta que resume uma ideia dita de forma clara) ▪ ensaiar 	
4. Estar disponível durante o período de vida da comunicação	
5. Check List:	
O quê?	Identificar claramente a mensagem
Porquê?	Identificar e assumir os objectivos da comunicação
Para quem?	Escolher o público-alvo
Quando?	Escolher data e hora favoráveis
Quem?	Organizar uma equipa responsável pelos contactos
Como?	Escolher o meio e os órgãos de comunicação

Figura 3. Preparação dos contactos com os media

Agradecimentos

A autora agradece o financiamento da Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projecto de investigação PIQS/ECO/50030/2003: Informal science education in competence building for the learning economy, cujos trabalhos potenciaram muitas das reflexões aqui apresentadas.

Referências Bibliográficas

- Blum, D. & Knudson, M. (1997). *A field guide for science writers: The official guide of the National Association of Science Writers*. New York: Oxford University Press.
- Carrada, G. (2006). *Communicating science – a scientist's survival kit*. Bruxelas: European Commission.
- Araújo, S., Dias, M.B. & Coutinho, A.G. (2006)(Eds.). *Comunicar ciência – um guia prático para investigadores*. Lisboa: Associação Viver a Ciência.
- EURAB - European Research Advisory Board (2005). "Science and society": An agenda for a responsive and responsible European science in FP7. Final report.
- European Commission (2001a). *Eurobarometer 55.2: Europeans, science and technology*.
- European Commission (2001b). *Science and society action plan*.
- European Commission (2002). *Report from the Expert Group Benchmarking the Promotion of RTD Culture and Public Understanding of Science*.
- European Commission (2004). *A successful guide to science communication*.
- European Commission (2005a). *Eurobarometer 224: Europeans, science and technology*.
- European Commission (2005b). *Science dialogues. RTD info special issue, November 2005*.
- Godin, B. & Gingras, Y. (2000). What is scientific and technological culture and how is it measured? A multidimensional model. *Public Understanding of Science*, 9, 43–58.
- Gristock, J. (2000). *Systems of innovation are systems of mediation: A discussion of the critical role of science communication in innovation and knowledge-based development*. Working paper, SPRU.
- Hartz, J. & Chappell, R. (1997). *Worlds apart. How the distance between science and journalism threatens America's future*. First Amendment Centre.
- Malheiros, J.V. & Granado, A. (2001). *Como falar com jornalistas sem ficar à beira de um ataque de nervos*. Editora Gradiva, Lisboa.
- Moutinho, A.C. (2004) *Public policies for scientific culture. When maturity brings about evaluation*. Proceedings of the 8th International Congress of the Public Communication of Science and Technology Network, Barcelona, Spain.
- Moutinho, A.C. & Godinho, M.M. (2005). S&T culture: a blooming dimension. *Research Evaluation*, 14 (1), 21-26.



- National Association of Science Writers (2004). Communicating science news – a guide for public information officers, Scientists and Physicians.
- Oppenheimer, D.M. (2005). Consequences of erudite vernacular utilized irrespective of necessity: Problems with using long words needlessly. *Applied Cognitive Psychology*, 20 (2), 139-156.
- Snow, C.P. (1996). *As duas culturas*. Lisboa: Editorial Presença.
- van Dijck, J. (2003). After the "Two Cultures" - Toward a "(multi)cultural" practice of science communication. *Science Communication*, 25 (2), 177-190.