



## ***JORNALISMO CIENTÍFICO EM INSTITUIÇÃO DE PESQUISA: O DILEMA ENTRE O SEGREDO E A DIVULGAÇÃO***

Por: Hélio Augusto de Magalhães

Apesar dos tradicionais informativos impressos continuarem a desempenhar papel importante na certificação da ciência e na comunicação científica, as novas tecnologias de informação surgidas, principalmente nas últimas décadas, estão ampliando cada vez mais espaço na sociedade. Proporcionalmente a estas inovações as expectativas da população, como por exemplo, o amplo acesso à informação e a diminuição do isolamento de pesquisadores em relação a sociedade vem se fazendo presente no dia-a-dia.

Contraditoriamente a estes fatos, nem todos os assuntos podem se transformar em artigos e matérias de jornal, uma vez que tão limitado é o interesse do público em geral a determinados temas e, também, por questões relativas à corrida pela lei de patentes e propriedade intelectual, vinculadas a interesses poderosos, situados nos campos da ciência e da indústria da comunicação.

James Woolsey, ex-diretor da CIA, declarou em reportagem a imprensa que a espionagem de informações era uma forma de neutralizar o suborno praticado por empresas européias: "Calculamos, de forma conservadora, que vários bilhões de dólares por ano são economizados por empresas americanas por conduzirmos esse tipo de coleta de informações secretas e nossa intenção é continuar com essas atividades". (1)

Baseados nestes fatos é importante destacar que o profissional de comunicação em Empresas de Ciência & Tecnologia precisa ter o conhecimento da informação científica e o devido engajamento para saber o que pode e o que não pode ser veiculado.

Numerosas são as barreiras que se interpõem entre a descoberta e o conhecimento científico, de um lado, e sua comunicação e absorção pelo jornalista e o público de outro (barreira do próprio conhecimento limitado do cientista, barreira da linguagem específica para a linguagem coloquial, barreira do segredo profissional, barreira natural do público leigo).

Um outro aspecto, também importante, está relacionado ao apoio popular como subsídio a reivindicação de verbas para a pesquisa científica.

As pressões financeiras limitam o número de projetos, o que limita, por sua vez, as informações científicas. E a julgar pelo que acontece no mundo natural

quando ocorre uma rápida mudança ambiental, algumas instituições sobrevivem, enquanto outras são substituídas por novas.

De maneira bastante parecida, uma mudança para os meios eletrônicos de informação poderá acentuar a diferenciação entre empresas que investem em profissionais de comunicação e empresas amadoras.

Devemos mostrar para a sociedade o valor da atividade desempenhada pela Instituição e isso só pode ser feito através da divulgação da ciência.

“Divulgar as novas tecnologias, mas sempre buscar entendê-las sob a perspectiva da cultura, da economia e da sociedade em que elas se inserem. A ciência, tecnologia e a informação, enquanto mercadorias valiosas, interferem na vida das pessoas, afetando-lhes o emprego, criando embaraços à compreensão de um mundo cada vez mais complexo e promovendo uma nova divisão social e geopolítica”. (2)

Este novo cenário evidencia, claramente, que a produção de ciência e tecnologia deixou, há muito, de ser preocupação exclusiva de pesquisadores e sua divulgação deve estar respaldada em pressupostos e atributos que envolvam também o jornalista.

A relação entre ciência/tecnologia e jornalista/sociedade é permeada por uma rede complexa de interesses, conhecimentos e compromissos que exigem uma nova postura profissional, agora, mais do que nunca, comprometida com uma perspectiva crítica do processo de produção e divulgação em ciência e tecnologia.

“A decodificação do discurso científico pelo público leigo ainda é um obstáculo a ser vencido e a importância da ciência e da tecnologia para o cidadão frente a estes novos cenários requer da empresa de pesquisa uma tomada de posição sob pena de ficarem de mãos atadas para enfrentar estes novos desafios”. (3)

A divulgação científica precisa ser integrada com todo o processo de maneira vertiginosa, fortalecendo informação e marketing, ciência e mercado, tecnologia e capital financeiro.

No jornalismo científico, a situação se complica pois a linguagem deve ser acessível ao público e satisfazer a precisão científica.

Para o profissional desta área, que tem como matéria prima, a inovação e a descoberta no campo da ciência e da tecnologia, o cenário fica, daqui pra frente, no mínimo, nebuloso.

“Assuntos científicos e tecnológicos exigem cuidados adicionais na re/construção da informação. Face aos impasses e desafios provocados pela ciência moderna, essa discussão deve ser ampliada e contextualizada numa perspectiva histórica, política, econômica e social, qualificando a opinião pública para que, por meio de suas representações sociais, possa tornar-se sujeito ativo no processo de formulação de políticas públicas de C&T para o país”. (4)

Levando-se em consideração que a precisão da ciência deixa pouca margem a interpretações, qualquer tentativa de escrever um texto mais leve pode implicar erros se o assunto não estiver bem compreendido.

Para concluir, Jornalistas e cientistas estão em áreas de conhecimentos distintas e falam, muitas vezes, linguagens diferentes. Este é um dos principais fatores que afetam a divulgação científica e é preciso investir, cada vez mais, na formação específica de comunicação para estreitar um contato mais integrado entre linhas de conhecimentos e facilitar o diálogo da empresa com a sociedade.

1 - Grant, Maria. Debate sobre espionagem industrial tende a crescer. In: O Estado de S. Paulo, 28/05/2000, p. B8.

2 - Bueno, W. da C. - Jornalismo Científico. In:  
<http://www.jornalcientifico.com.br/jornacientifico.htm>

3 – Idem.

4 - Caldas, G - Mídia, Ciência, Tecnologia e Sociedade - In: Fapesp Pesquisa, dezembro 2000, nº 60, p.8

---

Hélio Augusto de Magalhães é jornalista da Embrapa Pantanal na Área de Comunicação Empresarial.