

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA APLICADA
MESTRADO EM LINGUÍSTICA APLICADA**

LÊDA ARAÚJO ALVES

**O DISCURSO DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM JORNAL DE DISTRIBUIÇÃO
GRATUITA: O CASO DO JORNAL BEM ESTAR**

SÃO LEOPOLDO

2015

Lêda Araújo Alves

O DISCURSO DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM JORNAL DE DISTRIBUIÇÃO
GRATUITA: O CASO DO JORNAL BEM ESTAR

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Linguística Aplicada pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Eduarda Giering

SÃO LEOPOLDO

2015

A663d Araújo, Lêda Alves.

O discurso da divulgação científica em jornais de distribuição gratuita: o caso do jornal Bem Estar / Lêda Alves Araújo. – 2015.

135 f. : il. ; 30 cm. + 1 CD

Dissertação (Mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada, São Leopoldo, 2015.

Área de concentração: Linguagem, Tecnologias e Interação.

Linha de Pesquisa: Texto, Léxico e Tecnologia.

“Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Eduarda Giering.”

CD: Texto completo.

1. Linguística aplicada. 2. Análise do discurso. 3. Contrato de comunicação. 4. Notícias Científicas
I. Giering, Maria Eduarda. II. Título.

CDU 81'42

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Bibliotecária: Raquel Herbcz França – CRB 10/1795

Ao meu Deus,

“Não tenho palavras para agradecer sua bondade. Dia após dia me cercas com fidelidade. Nunca me deixes esquecer que tudo o que tenho, tudo o que sou e o que vier a ser vem de ti, Senhor!”

AGRADECIMENTOS

“Minha vida é andar por esse país pra ver se um dia descanso feliz guardando as recordações das terras onde passei [...] e dos amigos que lá deixei.”
Luiz Gonzaga

À minha orientadora, professora Maria Eduarda Giering, pelo apoio e acolhimento e por sempre acreditar no potencial dessa pesquisa, não medindo esforços para me ajudar. Obrigada por ter sido exigente e, ao mesmo tempo, extremamente amorosa e compreensiva. Tenho uma grande admiração por você!

Às professoras das bancas, Rove Luiza de Oliveira Chishman, Juliana Alles de Camargo e Souza e Thaís Helena Furtado pelo acolhimento e pelas importantes contribuições a este trabalho.

A todas as professoras das disciplinas do Mestrado, em especial, a minha baiana de coração, professora Marlene Teixeira (*in memoriam*), que me proporcionou um grande aprendizado e deixou lembranças que carregarei para sempre de acolhimento, amizade e alegria.

Aos colegas do PPGLA pela troca de conhecimento, pelos momentos de angústia e também de descontração, mas principalmente pelo carinho com que me acolheram no Rio Grande do Sul.

Aos amigos do grupo de pesquisa CCELD, por compartilharem não só os saberes acadêmicos, mas as experiências pessoais e momentos de descontração.

A todos os funcionários do PPGLA, em especial, à secretária Valéria pelo carinho, paciência e disponibilidade em atender sempre que solicitada.

Às minhas filhas, Raquel e Maria Luiza, que são a razão da minha vida e fonte de inspiração nessa minha trajetória.

Ao Antonio, meu marido, por ser um grande companheiro que sempre esteve ao meu lado para apoiar e incentivar constantemente.

Aos meus familiares, principalmente aos meus pais, que mesmo estando ausentes desse mundo deixaram em mim um legado de princípios e valores que levo no coração para qualquer lugar que eu for.

*“Um discurso não vem ao mundo numa inocente solicitude,
mas constrói-se através de um já dito em relação ao qual toma posição.”*

(Dominique Maingueneau, 1976)

RESUMO

Este estudo propõe analisar a organização linguístico-discursiva de textos publicados no jornal Bem Estar, a fim de verificar se estes textos, que tratam de saúde humana, se enquadram como divulgação científica. O *corpus* é constituído de três notícias extraídas desse jornal de circulação gratuita publicadas entre os anos de 2013 e 2014. Assumimos a proposta teórica do linguista Charaudeau (2013), especialmente a noção de contrato de comunicação como reconhecimento das condições de realização da troca linguageira e do contrato midiático. O trabalho aqui proposto debruça-se sobre esse campo ao propor a identificação e a descrição do funcionamento textual-discursivo dos textos, que, devido às suas circunstâncias de produção, circulação e recepção, exigem que se levem em conta as restrições da situação de divulgação científica midiática: as visadas de captação e a informação, constitutivas do contrato de comunicação midiático. Além da análise Semiolinguística, verificaremos as marcas linguísticas da Responsabilidade Enunciativa (RE) e da Orientação Argumentativa (OA) nos textos selecionados, subsidiados pela Análise Textual dos Discursos (ATD) postulada por Adam (2011), que nos ajudará a entender como o enunciador dos textos faz uso das estratégias discursivas que indicam RE. Para essa análise, escolhemos duas categorias que caracterizam a materialidade textual: os índices de pessoas e as indicações de quadros mediadores, as quais permitem marcar linguisticamente o distanciamento ou engajamento do enunciador diante das informações expressas. Dessa forma, conclui-se que essa (não) assunção orienta a organização argumentativa do enunciador influenciando e estabelecendo seus propósitos comunicativos.

Palavras-chave: Divulgação Científica, Contrato de Comunicação, Responsabilidade Enunciativa.

ABSTRACT

This study aims to analyze the linguistic and discursive organization of published texts in the newspaper “Bem Estar” in order to verify if these texts, which deal with human health, can be classified as Science Communication texts. The *corpus* consists of three reports extracted from this free newspaper published between the years 2013 and 2014. We assume the theoretical proposal of Charaudeau (2013), especially the notion of communication agreement as recognition of the achievement of linguistic trading conditions and media contract. The research proposed here focuses on this field by proposing the identification and the description of the textual-discursive functioning objects of speech present in the texts that, due to their production conditions, circulation and reception, require you to take into consideration the constraints of the Mediatic Scientific Communication: aims of captation and information, which constitute the contract of media communication. Besides this semiolinguistic analysis, we find linguistic marks of Enunciative Responsibility and Argumentative Orientation on the selected texts, subsidized by the Textual Analysis of the Discourses postulated by Adam (2011), which will help us understand how the enunciator of the texts makes use of discursive strategies that indicate Enunciative Responsibility. For this analysis, we chose two categories that characterize the textual materiality: the subject marks and the indications of mediator’s frames, in which you can tag the linguistically detachment or engagement of the enunciator on the expressed information. Thus, it follows that this (not) claiming of responsibility guides the argumentative organization of the enunciator influencing and establishing its communicative purposes.

Key words: Science Communication, Communication Contract, Enunciative Responsibility.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Encenação do ato linguageiro.....	32
Figura 2 - Contrato de Comunicação	34
Figura 3 - Espiral da Cultura Científica.....	41
Figura 4 - Procedimento de semiotização do mundo e o seu duplo processo	46
Figura 5 - Representação dos níveis ou planos da Análise do Discurso.....	49
Figura 6 - Capa do jornal Bem Estar de setembro de 2012	611
Figura 7 - Capa do jornal Bem Estar de junho de 2012	622
Figura 8 - Capa do jornal Bem Estar de março de 2012	63
Figura 9 - Capa do Jornal Bem Estar de agosto de 2011	644
Figura 10 - Capa do Jornal Bem Estar de agosto de 2011	65
Figura 11 - Capa do Jornal Bem Estar de março de 2015	755

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Notícias sobre saúde que apresentam dados de pesquisas científicas ..	59
Quadro 2 - Grau de Responsabilidade Enunciativa: categorias e marcas linguísticas	81
Quadro 3 - Relação de expressões e elementos de conexão textual encontrados no <i>corpus</i> de análise	82
Quadro 4 - Grau de Responsabilidade Enunciativa: categorias e marcas linguísticas	95
Quadro 5 - Relação de organizadores, expressões e elementos de conexão textual encontrados no <i>corpus</i> de análise.....	95
Quadro 6 - Grau de Responsabilidade Enunciativa: categorias e marcas linguísticas	105
Quadro 7 - Relação de organizadores, expressões e elementos de conexão textual encontrados no <i>corpus</i> de análise.....	105
Quadro 8 - Representação das características da DC nas notícias	113

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
2.1 A importância da Divulgação Científica.....	20
2.2 O discurso midiático e o contrato de comunicação	27
2.3 O discurso científico midiático, a divulgação científica e a mediatização da ciência	35
2.4 Os jornais de distribuição gratuita e o ato de linguagem	42
2.5 A Responsabilidade Enunciativa (RE) e a Orientação Argumentativa (OA)	48
2.5.1 A Responsabilidade Enunciativa (RE)	48
2.5.2 A Orientação Argumentativa (OE)	54
3 METODOLOGIA	56
3.1 Procedimentos de escolha da fonte e composição do <i>corpus</i>	57
3.2 Procedimentos de coleta e organização do <i>corpus</i>	58
3.3 Procedimentos de análise textual	59
4 ANÁLISE DE CORPUS	61
4.1 Análise da notícia <i>Cigarros mais viciantes ainda!</i>	68
4.2 Análise da notícia <i>Exame perigoso</i>	84
4.3 Análise da notícia <i>Cuidados com os adoçantes</i>	97
4.4 A Divulgação Científica no <i>corpus</i> da pesquisa	107
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	116
REFERÊNCIAS	122
ANEXO A – CAPA DO JORNAL BEM ESTAR DE OUTUBRO DE 2011	125
ANEXO B – CAPA DO JORNAL BEM ESTAR DE AGOSTO DE 2008	126
ANEXO C – NOTÍCIA CIGARROS MAIS VICIANTES AINDA!	127
ANEXO D – NOTÍCIA DOIS ESTUDOS MOSTRAM ARTIFÍCIOS DA INDÚSTRIA PARA TORNAR OS CIGARROS MAIS VICIANTES	128
ANEXO E – NOTÍCIA EXAME PERIGOSO	130
ANEXO F – NOTÍCIA TOMOGRAFIA ELEVA O RISCO DE CÂNCER EM CRIANÇAS E JOVENS	131
ANEXO G – NOTÍCIA CUIDADOS COM OS ADOÇANTES	133
ANEXO H – NOTÍCIA DUAS COLHERES	134

1 INTRODUÇÃO

A ciência assumiu, nas últimas décadas, um importante papel na vida da sociedade, do mesmo modo que os meios de comunicação evoluíram com o aprimoramento, a expansão e a utilização de novos meios de divulgação. Esses meios estão diretamente ligados ao desenvolvimento das tecnologias da informação, que assumem um papel fundamental para o indivíduo ter a compreensão do mundo em que vive em sua extensão e complexidade.

No Brasil, a divulgação científica vem aumentando nos últimos anos, e ela tem sido realizada principalmente por meio de TV, internet, revistas, jornais, etc. Uma constatação disso pode ser observada pelo número de publicações em jornais brasileiros, como Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo, Jornal do Brasil e O Globo. Num período de dois anos (1996 a 1998), foi publicado um total de 4.636 matérias com o tema Ciência¹, sendo que 14% (646 matérias) delas tiveram como fonte as revistas científicas e as universidades.

Por meio da divulgação desse tipo de conhecimento, o leitor terá condições de compreender e tomar decisões que podem afetar sua vida. Essas informações devem chegar à sociedade de alguma forma e é neste cenário que a divulgação científica acontece. Por esse motivo, entendemos ser importante acompanhar esse processo, de maneira a averiguar se essa divulgação pode ocorrer, também, por meio de suportes midiáticos de distribuição gratuita.

A mídia tem um papel fundamental na divulgação científica, pois a sociedade contemporânea está permeada ou contagiada por ela de tal maneira que não pode mais ser considerada como algo separado das instituições culturais e sociais. É dessa forma que a instância midiática mostra seus objetivos na sociedade, que são: informar os acontecimentos e definir os temas a serem discutidos, expor ideias ao público em geral e formar opiniões, pois sua função social é favorecer o conhecimento e possibilitar que o leitor desenvolva o senso crítico.

A instância midiática tem como uma de suas funções informar ou divulgar os fatos de maneira acessível ao público em geral. Para Charaudeau (2013, p. 41), trata-se de:

¹ Os dados apresentados fazem parte do artigo “Ciência e mídia: reflexos distorcidos ou espelho de preconceitos?” disponível no site: www.faced.ufba.br, acessado em 13/08/2005, de autoria da comissão de cidadania e reprodução/banco de dados olhar sobre a mídia.

um processo de transação e o ato de informar participa desse processo fazendo circular entre os parceiros um objeto de saber que, em princípio, um possui e o outro não, estando um deles encarregado de transmitir e o outro receber, compreender e interpretar.

É nesse contexto que a mídia tem uma parcela de colaboração na construção e formação da cultura científica. Ao fazer isso e ao ocupar espaços públicos midiáticos, a ciência conquista um lugar de destaque e pode ser reconhecida socialmente.

Para Zamboni (2011, p. 41), a sociedade tem ansiado pela partilha de saber da ciência e da tecnologia - principalmente se os conhecimentos lhe trouxerem algum impacto positivo na melhoria das condições de vida -, haja vista a receptividade alcançada por publicações recentes na área da divulgação. Essa partilha de saber, segundo Zamboni (2011, p. 49), “leva o homem comum ao conhecimento do qual ele historicamente foi apartado e do qual foi se mantendo cada vez mais distanciado, à medida que as ciências se desenvolviam e mais se especializavam”.

Percebemos que houve uma evolução na divulgação das informações no campo da ciência. Esse tipo de conhecimento tem buscado, cada vez mais, referência no campo da mídia por entender que ela é um campo estratégico que assume um papel fundamental enquanto nova matriz geradora e organizadora de estratégias de produção de sentidos.

Traremos para esta pesquisa as concepções de Charaudeau (2013, que se dedica ao estudo do discurso midiático e do de divulgação científica midiática, pois ambos correspondem a um tipo específico de ato de linguagem. Dentro desse contexto, veremos a *dupla finalidade* do contrato de comunicação midiática evidenciadas nos textos das reportagens do jornal.

A primeira a ser reconhecida será a *visada de informação* – na qual o locutor deve fazer o interlocutor saber conhecimentos proveniente da ciência divulgando uma descoberta científica a um público leigo – e a segunda, a *visada de captação* – na qual o locutor deve fazer o interlocutor sentir emoções agradáveis (CHARAUDEAU, 2008). Devido às visadas de informação e de captação, o discurso de midiatização da ciência tem por característica fundamental ser explicativo e produzir suas estratégias de captação no leitor que são características do discurso de midiatização da ciência.

O discurso midiático também precisa atender a algumas restrições pertinentes ao contrato de comunicação da mídia. Nesse contexto, estão os textos de divulgação científica midiática (doravante DCM), que, devido à tensão entre as visadas de informação e de captação, dependem, pelas suas características, das condições da situação de comunicação nas quais aqueles textos se inserem. As restrições arroladas por Charaudeau (2008a) são de visibilidade, legibilidade, seriedade e emocionalidade. Todas essas restrições fazem parte do contrato de comunicação de midiaticização da ciência postulado pelo linguísta.

Tais limitações da DCM fazem parte de um processo por meio do qual o ato de linguagem torna-se mais passível de obter êxito. O sujeito comunicante faz uso de estratégias discursivas consideradas pertinentes para mostrar credibilidade e captar o leitor. Esse efeito de credibilidade na informação para captar o leitor está vinculado à posição social do informador, ao papel que desempenha na situação de troca, à representatividade que possui diante do grupo do qual é porta-voz e ao seu grau de comprometimento com o que diz.

São estratégias do jogo de influência por parte do produtor, a fim de que o ato de linguagem prossiga e chegue a uma conclusão. Essas estratégias devem atender, principalmente, aos objetivos do contrato de comunicação no qual o ato de linguagem se situa. Esta *situação de comunicação* estrutura-se segundo a *finalidade* do ato de fala, a *identidade* dos parceiros, o *lugar* que eles ocupam na troca e as *circunstâncias materiais* nas quais a troca se realiza (CHARAUDEAU, 2013). Para Charaudeau (2008, p. 12), “ao aparecer numa situação midiática, o discurso de divulgação tem características próprias”.

Nesta pesquisa, analisaremos com que finalidade o jornal publica textos sobre saúde e também que propósito está em jogo quando a ciência é chamada: se para dar credibilidade ao jornal ou validar outro discurso que não o de divulgação científica. Parece, de antemão, que esse recurso atende à visada de captação, para “produzir um objeto de consumo a fim de atender a uma lógica comercial: captar as massas para sobreviver à concorrência” (CHARAUDEAU, 2009, p. 86).

As circunstâncias materiais são os suportes por meio dos quais se faz a transmissão da informação. No caso da presente pesquisa, trata-se de um jornal impresso de distribuição gratuita. Sabemos que nem todas as publicações jornalísticas têm como objetivo principal divulgar a ciência. Muitos são os jornais que circulam socialmente com outros objetivos, utilizando-se de estratégias para captar

os leitores, publicando textos que falam sobre saúde, avanços da medicina e qualidade de vida. Em decorrência disso, os leitores leem as demais notícias ou reportagens, interessando-se, também, pelos produtos e serviços ali divulgados.

Os parceiros da troca linguageira se submetem a esse contrato de acordo com os dados externos (características próprias à situação de troca) e internos (características discursivas). Por isso, os meios de comunicação sempre procuram dosar as estratégias e as finalidades com o objetivo de assegurar a sobrevivência no mercado a partir de uma lógica comercial. Para atender a essa lógica comercial, todo texto jornalístico, de circulação gratuita ou não, tende a produzir efeitos de credibilidade, segundo Charaudeau (2013).

Para empreender a análise do material que compõe o *corpus* desta pesquisa, fez-se necessário (a) estudar a mídia e sua relação com a divulgação de informações sobre temas relacionados às descobertas científicas e (b) entender as estratégias desenvolvidas pelos atores sociais ao ocupar o campo midiático para falar sobre ciência.

A presença dos atores sociais no discurso midiático remete-nos à ideia de Responsabilidade Enunciativa postulada por Adam (2008). Sabemos que o texto jornalístico é marcado por certa dependência das diferentes fontes de saber, e que essas vozes servem para sustentar o que está sendo dito e dar credibilidade ao que é dito. Adam (2008, p. 25) afirma que “o grau de responsabilidade enunciativa de uma proposição é suscetível de ser marcado por um grande número de unidades da língua”.

A proposta teórica desse linguista é relevante, porque funda o entendimento do texto como circunscrito em um discurso – caracterizado por uma formação sociodiscursiva, pela interação autor/leitor, por objetivos, e por um gênero determinado –, representando a possibilidade de articular o texto e o discurso, em que pese o intento da eficácia da interpretação do(s) sentido(s) do texto. Assim, podemos afirmar que a Análise Textual dos Discursos (ATD) postulada pelo linguista analisa o texto considerando o seu entorno discursivo.

Os postulados ATD inscrevem-se “na perspectiva de um posicionamento teórico e metodológico que, com o objetivo de pensar o texto e o discurso em novas categorias, situa a Linguística Textual no quadro mais amplo da análise do discurso” (ADAM, 2011, p. 24). A ATD é designada por Adam (2011, p. 23) como “uma teoria

da produção co(n)textual de sentido, que deve fundar-se na análise de textos concretos”.

Baseados nesse postulado, ainda consideraremos a análise textual no que concerne à Responsabilidade Enunciativa (doravante RE). Para Adam (2011, p. 110) a “Responsabilidade Enunciativa pode ser materializada textualmente por diversas marcas que caracterizam o grau de Responsabilidade Enunciativa de uma proposição”.

Para compreender como essa materialização se configura nos textos do *corpus*, foram escolhidas as seguintes categorias: os índices de pessoas e as indicações de quadro mediadores. A dimensão enunciativa viabiliza o estudo da RE, a qual “permite dar conta do desdobramento polifônico” (ADAM, 2011, p. 110) que, por sua vez, demonstra a entrada e o funcionamento de diferentes vozes presentes nos textos e o movimento de identificação do locutor com o outro. Enquanto isso, a dimensão argumentativa indica que a enunciação dá ao conteúdo referencial certa potencialidade que confere uma força ou valor ilocucionário, mais ou menos identificável. Isso significa que todo enunciado possui uma orientação argumentativa, mesmo na ausência de conectores, e uma força que busca afetar o interlocutor de algum modo.

No caso de um texto divulgado na mídia, analisar essas notícias reportagens se justifica pelo fato de elas utilizarem estratégias discursivas para assumir ou não a responsabilidade enunciativa pelos textos publicados. Por isso, a RE permitiu dar conta de identificar o desdobramento polifônico, dando margem às vozes do discurso e ao engajamento enunciativo por meio das categorias e marcas linguísticas presentes nos textos.

É por meio desses que podemos ver a presença do discurso da ciência e as circunstâncias nas quais ele aparece nas reportagens e a atribuição ou não da responsabilidade enunciativa.

Trazer tais referências teóricas é muito importante para esta pesquisa. Como integrantes do grupo de pesquisa *Comunicação da Ciência: Estudos Linguístico-Discursivos* (CCELD)², temos a oportunidade de conhecer, estudar e ter responsabilidade ao escrever sobre o que é a divulgação científica (doravante DC), a

² A autora da presente dissertação faz parte desse grupo de pesquisa, o qual está vinculado à Linha de Pesquisa *Texto, Léxico e Tecnologia*, do Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada da UNISINOS (PPGLA – UNISINOS). O grupo é coordenado pela professora pesquisadora Dra. Maria Eduarda Giering.

comunicação da ciência, a popularização da ciência, a vulgarização da ciência, o discurso de midiaticização da ciência ou divulgação científica midiática (DCM) e assim, investigá-los nos contextos que permeiam esses termos, a fim de entender como o campo científico vai buscar credibilidade e legitimação própria no campo midiático. Ainda, este estudo faz parte da linha de pesquisa *Texto, Léxico e Tecnologia*, que desenvolve vários projetos sobre temas que visam investigar como a ciência apresenta-se nos diversos suportes midiáticos, no compartilhamento desses saberes e busca esclarecer os fins linguístico-discursivos em textos usados na midiaticização dessa ciência.

Por meio de algumas leituras dos temas mencionados, surgiu o interesse pelo objeto de estudo que é foco deste dessa dissertação de Mestrado, mas foi a partir das apresentações dos conferencistas na IV Jornada de Popularização da Ciência, em 2013, promovida pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), juntamente com Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), que surgiu o interesse em pesquisar mais sobre DC.

Como *corpus* desta pesquisa, optou-se por analisar um jornal de distribuição gratuita. Essa escolha está intimamente ligada à experiência docente em escolas públicas e às inúmeras vezes em que recorremos ao uso de suportes midiáticos, em especial aos jornais de distribuição gratuita, para subsidiar as aulas. São recursos extremamente úteis para o desenvolvimento a competência compreensiva e interpretativa do leitor, para a circulação de conhecimentos e para o estímulo à leitura. Como caracteriza Bakhtin (2003, p. 305), “cada gênero do discurso em cada campo da comunicação discursiva tem a sua concepção típica de destinatário que o determina como gênero”.

Dentro desse contexto, está o jornal de distribuição gratuita Bem Estar, que foi lançado em agosto de 1996, na cidade do Rio de Janeiro (RJ), com mudança domiciliar para Florianópolis (SC) em 2004. A partir disso, seu projeto de expansão atingiu toda a região Sul. É um jornal que cumpre o mesmo papel de qualquer outro suporte midiático, o de divulgar informação e levar o consumidor à compra dos produtos e serviços que nele são divulgados. Dessa maneira, o suporte consegue se manter em circulação.

As temáticas recorrentes no jornal são: qualidade de vida, crescimento pessoal e saúde integral em todas as áreas da vida. Esses temas provocam grande interesse e aguçam a curiosidade das pessoas, fazendo com que o Bem Estar tenha

leitores assíduos. Existe, nesse jornal, uma diversidade temática relacionada às crenças espiritualistas, às místicas e às medicinas alternativa e convencional, de modo que o Bem Estar passa a atender a vários tipos de leitores. Ademais, ele é distribuído em locais bem específicos.

O Bem Estar tem como característica expor alguns artistas famosos, pessoas felizes e aparentemente saudáveis. Suas capas e páginas são atraentes, tendo como objetivo captar o leitor, tanto em termos de um léxico de cunho emotivo (com grande número de descrições para *fazer sentir*), quanto de imagens coloridas que provocam um efeito visual atraente para o leitor.

As capas apresentam um saber de “crença” que o enunciador acredita ser compartilhada por toda a sociedade, procurando, por meio disso, provocar um efeito de verdade a partir das informações e seduzindo, assim, o leitor. É um jornal que, segundo seus editores³, tem uma lógica comercial como função fomentadora de bons negócios, divulgando trabalhos e conectando clientes com profissionais e instituições via publicidade. Dessa forma, o enunciador acredita despertar a atenção do leitor e aguçar a curiosidade dele para as matérias das reportagens e possível interesse na compra de produtos e serviços publicados. O leitor pode identificar-se com o jornal por meio das “chamadas” de capa, das imagens e das propagandas iniciais estrategicamente projetadas.

Em meio às características descritas do jornal Bem Estar, encontram-se as notícias da seção “Fique Alerta”, que falam sobre saúde humana e avanços da medicina com assuntos de interesse social, como, por exemplo, os textos *Cigarros mais viciantes ainda!*, *Exame perigoso* e *Cuidados com os adoçantes*. Esses exemplos de textos compõem o *corpus* de análise do presente estudo e nos ajudarão a responder às questões da pesquisa.

A DC é entendida, neste estudo, de modo genérico, como uma atividade de difusão, dirigida para fora de seu contexto originário de conhecimentos científicos produzidos e circulantes no interior de uma comunidade de limites restritos. Busca, assim, mobilizar diferentes recursos, técnicas e processos para a veiculação das informações científicas e tecnológicas ao público em geral (ZAMBONI, 2001).

Em linhas gerais, este estudo visa analisar a organização linguístico-discursiva empregada pelos enunciadores dos textos publicados no jornal Bem

³ Informações retiradas do site: <http://www.curtomeubairro.com.br/rs/jornal-bem-estar-vale-do-sinos>.

Estar, na seção “Fique Alerta”, a fim de verificar se estes textos, que tratam de saúde humana e avanços da medicina, se enquadram como divulgação científica. Após essa análise, objetiva-se responder às seguintes indagações: o jornal Bem Estar faz ou não divulgação científica? De que forma ele se vale do discurso da ciência? Esta pode ser considerada uma estratégia do jornal para seduzir seus leitores e, assim, tornar-se credível?

Todo discurso midiático quer ser credível. Nas notícias selecionadas para análise, como essa credibilidade se constrói? Quais categorias e marcas linguísticas nos levam a identificar as diferentes vozes nos enunciados das notícias?

Como vimos, esse jornal tem um contexto bem específico, em se tratando de material impresso que circula gratuitamente por apresentar como leitores um público diferenciado. Este é um dado que não pode ser mitigado nesta pesquisa, pois servirá de base para entender o contrato de comunicação estabelecido, já que

os indivíduos que querem se comunicar devem levar em conta os dados da situação de comunicação, submetendo-se às suas restrições e tendo consciência de que seu interlocutor ou leitor também as reconhece. (CHARAUDEAU, 2008a, p. 60).

As informações trazidas até aqui justificam a escolha do tema divulgação da ciência e das notícias para o *corpus* desta pesquisa, que tem como objetivo geral investigar se o jornal Bem Estar, que publica matérias sobre saúde humana e avanços da medicina, faz divulgação da científica.

De forma mais específica, são objetivos desta investigação: (i) verificar o estatuto das referências à ciência encontradas nas notícias publicadas, a fim de melhor entender a finalidade do jornal em publicar textos que falam sobre ciência; (ii) verificar se existem estratégias discursivas da midiatização da ciência nas notícias e se essas objetivam agilizar o entendimento da informação para o leitor; (iii) analisar como a credibilidade é construída nas reportagens selecionadas; iv) examinar a presença do discurso da ciência e as circunstâncias nas quais ele aparece nas reportagens, a partir das categorias e marcas linguísticas que nos levam a identificar a organização argumentativa e a responsabilidade enunciativa a partir das diferentes vozes presentes nos textos.

Com vistas a atingir esses objetivos, foram escolhidos os jornais que circularam entre os anos 2013 e 2014. Selecionamos três notícias da seção “Fique Alerta” para análise, a fim de compreender as estratégias discursivas empregadas

pelos enunciadores. Algumas estratégias já aparecem nas capas dos exemplares a partir do uso das expressões “jornal de coleção” e “distribuição gratuita” para caracterizar, marcar um estilo e também seduzir o leitor. Esse modo de organização textual certamente tem uma função discursiva que se dá com a intenção de provocar certos efeitos no leitor como a sua curiosidade ou estimulando-o a adquirir o exemplar gratuitamente e assim motivá-lo para a leitura.

Para responder às questões deste trabalho, primando por uma análise de abordagem qualitativa, apresentamos, no capítulo 2 do presente texto, os pressupostos teóricos que fundamentam a realização do estudo. Esta pesquisa é subsidiada pelos postulados de Charaudeau (2006; 2007; 2008a; 2009; 2013) e de Adam (2008; 2011).

A relevância social deste estudo está em considerar a DC um tema atual e de interesse de toda a sociedade, reiterando que o conhecimento científico produzido no meio acadêmico precisa ser compartilhado não apenas entre os próprios cientistas e estudiosos de ciência, mas também pela população em geral. Se essas informações forem compartilhadas de forma responsável, em qualquer suporte midiático, as práticas de letramento científico serão impulsionadas, contribuindo para o avanço social e, conseqüentemente, para o desenvolvimento do País.

Este estudo pretende viabilizar reflexões que possam servir de base para futuros acompanhamentos sobre o processo evolutivo da DC, além de contribuir para a compreensão do papel da comunicação e das concepções de ciência embutidas nessas notícias.

Nos últimos capítulos, demonstraremos o percurso metodológico realizado, apresentaremos os dados, descrevendo-os e interpretando-os, para começar a responder aos objetivos da pesquisa elencados nesta Introdução.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O capítulo de Fundamentação Teórica desta dissertação está assim dividido: primeiramente, no subcapítulo 2.1, é abordada a importância da Divulgação Científica. Em seguida, em 2.2, tratamos do discurso midiático e do contrato de comunicação. No 2.3, apresentamos o contrato de mediatização da ciência, o discurso científico e a popularização da ciência. Na sequência, o subcapítulo 2.4 trata dos jornais de distribuição gratuita e do ato de linguagem e, em 2.5, concluímos, com um estudo sobre a Responsabilidade Enunciativa (RE) e a Orientação Argumentativa (AO).

2.1 A importância da Divulgação Científica

A globalização é uma realidade. Com isso, a comunicação acontece de forma cada vez mais veloz, de modo que quem tem o domínio da informação possui, na verdade, uma importante ferramenta para controlar as massas, isto é, obtém poder e, invariavelmente, lucro. Hoje, é notório que a comunicação representa poder. Por conta disso, quem a detém pode ter certos privilégios, divulgando ou omitindo informações.

Dependendo dos interesses dos indivíduos envolvidos nesse processo, não é surpresa perceber que existe um poder que é exercido sobre os receptores atingidos pelas mensagens transmitidas ou omitidas. O acesso à informação e seu controle fazem parte desse contexto e são fatores-chave para a adaptação do capitalismo à dispersão e mobilidade geográfica e à crescente flexibilidade dos mercados e dos processos de trabalho e consumo.

O conhecimento científico e suas formas de socialização têm desempenhado um papel cada vez mais importante na estruturação da vida na sociedade contemporânea. O conhecimento científico precisa ser compartilhado para cumprir de forma efetiva o propósito de colaborar com a construção de uma sociedade fundamentada nos princípios da cidadania e da educação. Para Zamboni (2001, p. 34), “a circulação de novos saberes e de novos conhecimentos gerados pela ciência é um componente intrínseco à própria concepção do que seja produzir ciência”.

Esse compartilhamento não deve acontecer apenas entre os próprios cientistas e estudiosos de ciência, mas deve envolver a população em geral, que, mesmo não tendo uma formação propriamente científica, está diariamente em

contato com fenômenos e temas da ciência. Por isso, as práticas de DC tornam-se cada vez mais necessárias e relevantes ao avanço social. Conforme Zamboni (2001, p.45-46):

A definição de DC pode ser entendida de modo genérico, como uma atividade de difusão, dirigida para fora de seu contexto originário, de conhecimentos científicos produzidos e circulantes no interior de uma comunidade de limites restritos, mobilizando diferentes recursos, técnicas e processos para a veiculação das informações científicas e tecnológicas ao público em geral.

Segundo Vogt (2007), a DC tem como destinatário final a sociedade em geral – o cidadão –, por meio, entre outros, de revistas de divulgação científica e das páginas de editoriais dos jornais voltados para o tema e programas de TV.

Sabemos que o conhecimento científico, produzido nos institutos de pesquisa ou academias, precisa ser compartilhado não apenas entre os próprios cientistas e estudiosos de ciência, mas também com a população em geral, formada também pelo público não especializado, o qual, mesmo não tendo uma formação propriamente científica, está diariamente em contato inevitável com fenômenos e temas da ciência. Para Zamboni (2011), “a sociedade tem ansiado pela partilha de saber da ciência e da tecnologia – principalmente se os conhecimentos lhe trouxerem algum impacto positivo na melhoria das condições de vida –, haja vista a receptividade alcançada por publicações recentes na área da divulgação” (ZAMBONI 2011, p. 41).

A DC está associada, muitas vezes, à difusão de informações pela imprensa, confundindo-se com a prática do jornalismo científico, mas essa perspectiva não é correta. A DC, na verdade, extrapola o território da mídia e se espalha por outros campos ou atividades, cumprindo papel importante no processo de letramento científico.

Por isso, investigamos se a divulgação científica pode ocorrer em um contexto comunicativo diferente, a saber: os jornais impressos de distribuição gratuita. Baseando-se nos jornais impressos comprados pelos leitores, podemos afirmar que a informação científica mais frequente está relacionada à medicina e à saúde, enquanto que, em cadernos especializados em ciência, a variedade de áreas de investigação científica tende a ser maior, apresentando informação sobre investigações nas áreas de Biologia, Física e Tecnologia, por exemplo. Acreditamos

que a divulgação dessas informações desempenha a função de ponte entre a comunidade acadêmica e o público em geral.

Do ponto de vista discursivo, a DC vai muito além de uma simples tarefa de recodificação linguística. “É um processo de recontextualização⁴ e reformulação do discurso científico, muitas vezes para os meios de comunicação de massa, mas sempre visando a uma audiência não especializada.” (CALSAMIGLIA E LOPÉS FERRERO, 2003, p. 68).

Por essa razão, a instância⁵ produtora do discurso tem a perspectiva de construir um discurso explicativo da forma mais clara possível, com graus de explicitação variáveis segundo o tipo de público a que se dirige. Com isso, o divulgador precisa ocupar uma posição de credibilidade, devendo ser o mais fiel possível aos dados do saber científico e do texto que os expõe, reformulando da forma mais clara possível os termos e levando em conta o destinatário que projeta.

De acordo com Charaudeau (2010), ao passar pelas mídias, a DC não resulta na tradução do discurso científico, mas em um trabalho efetivo de formulação de um discurso em função da finalidade de seu contrato de comunicação. A noção de contrato de comunicação postulada por Charaudeau (2009, p. 67-68), afirma que:

Todo discurso depende, para a construção de seu interesse social, das condições específicas da situação de troca na qual ele surge. A situação de comunicação constitui assim o quadro de referência ao qual se reportam os indivíduos de uma comunidade social quando iniciam uma comunicação. [...] Por conseguinte, os indivíduos que querem comunicar entre si devem levar em conta os dados da situação de comunicação. [...] O necessário reconhecimento recíproco das restrições da situação pelos parceiros da troca linguageira nos leva a dizer que estes estão ligados por uma espécie de acordo prévio.

Por isso é que o sucesso da divulgação científica depende de que os atores sociais consigam vestir-se e despir-se de papéis, adequando seu comportamento discursivo à situação comunicativa que vive em um dado momento. Então, considerando-se o foco deste trabalho na divulgação científica midiática, é

⁴ De acordo com Calsamiglia et al. (2001, p. 2641), o processo de *recontextualização* do conhecimento científico é caracterizado como uma “re-criação” desse tipo de conhecimento para cada público específico. São recursos que variam conforme os parâmetros contextuais, tais como a situação comunicativa, os propósitos de quem produz o texto e as características de seu interlocutor.

⁵ Instância, para Charaudeau (2008a), é o *lugar de construção do sentido*, que corresponde aos lugares de produção, recepção e do produto acabado.

importante assumir que qualquer discurso que se insira no domínio situacional da mídia deverá atender às finalidades do contrato de comunicação adjacente a esse domínio.

Do mesmo modo esse autor também apresenta a concepção de que “do ponto de vista discursivo, todo ato de linguagem se realiza numa situação de comunicação normatizada, composta pela expectativa da troca e pela presença das restrições de encenação (contrato de comunicação e instruções discursivas), ou seja, “em nome do que se fala” (CHARAUDEAU, 2010, p. 57). Essa situação, com suas expectativas, também são próprias do discurso da divulgação científica que, por meio da *visada de informação* “faz saber” algo a um “tu”. A DC, aqui, encontra-se legitimada por uma posição de saber.

Para resumir e clarificar o que foi exposto até aqui, podemos dizer que a comunicação se dá por um contrato de comunicativo, isto é, um ato de linguagem se realiza com uma troca entre o sujeito comunicante (produtor de um ato de linguagem) e o sujeito interpretante (receptor), os parceiros estão engajados num processo de reconhecimento e legitimação recíprocos; eles ativam conhecimentos específicos da situação de comunicação em que se encontram (“quem” diz “o quê” “a quem” com que “finalidade”), determinam “como” dizer a fim de justificar seu “direito à fala” e estabelecem “estratégias discursivas” (seleção de categorias de língua e modos de organização do discurso) a fim de lograrem no intento comunicativo.

Essa concepção interacional é corroborada por Koch (2002, p.15): “(...) o texto passa a ser considerado o próprio “lugar” da interação e os interlocutores, como sujeitos ativos que – dialogicamente – nele se constroem e são construídos.”, e ainda, “O sentido do texto é, portanto, “construído” na interação texto-sujeitos (...)”. E é na realização desse contrato que os sujeitos comunicativos buscam ser bem sucedidos em sua intencionalidade discursiva. Na busca da construção do sentido, o locutor/produtor do texto lança mão de recursos, como, por exemplo, o que aqui nos interessa que é a linguagem.

Zamboni (2001) também afirma que tal preocupação em facilitar a compreensão dos temas e fenômenos científicos ao leitor/ouvinte leigo passa, necessariamente, pela linguagem, em um “trabalho de recodificação”, no qual, segundo a autora, “parece residir a tarefa de maior envergadura que cabe ao divulgador” (ZAMBONI, 2001, p. 47). Na recontextualização do discurso científico, os

textos normalmente trazem elementos que possibilitam ao leitor identificar-se com o que está sendo retratado.

Percebemos, com isso, que a DC tem uma situação de comunicação específica, com características próprias no que diz respeito a público-alvo, tema, estilo e composição e, em muitos aspectos, diferente do discurso científico especializado. A DC, ao ampliar esses limites de convivência, configura-se como um espaço de interação em que são negociadas, de forma recíproca, identidades tais como a do cientista, a do leigo e a do próprio conhecimento científico. É um contrato sendo estabelecido nesse espaço que está regulado, prioritariamente, por padrões de interação característicos do discurso midiático.

A informação transmitida pelas mídias, no entanto, não deve ser vista como “a realidade”. Por ser fruto da linguagem, a informação constrói um espaço público através dos recortes que estabelece nos fatos do mundo referencial que, de certa forma, passa por um processo de recriação por meio dos recursos midiáticos específicos de cada tipo de mídia.

Charaudeau (2006), inclusive, é contundente ao frisar que todo ato de comunicação põe em relação as suas instâncias de produção e de recepção, mas não de “um ponto de vista ingênuo”, pois o ato comunicativo, na Semiolinguística, não é visto como homogêneo, unilateral, como uma simples transmissão de sinais ou mensagens, mas como um processo permeado pela “intersubjetividade constitutiva das trocas humanas” (CHARAUDEAU 2006, p. 72).

De acordo com Zamboni (2001), é dentro desse processo que, no jornalismo científico, o enunciador não apenas reformula o discurso científico, mas realiza um trabalho ativo de construção de um novo discurso, uma nova formulação discursiva. Zamboni (2001, p. 62) afirma ainda que:

O discurso científico não deixa de entrar nessa nova configuração enunciativa. Mas, em vez de ser o discurso-fonte, que, submetido a operações de reformulação, dá origem a um discurso-segundo, passa a ser concebido apenas como um dos ingredientes constantes de produção da DC. Necessário, sem dúvida, mas não suficiente.

Para explicar os outros ingredientes que fazem parte deste novo discurso, Zamboni (2001) dá o exemplo de que o jornalista, quando faz uma matéria sobre

algum tema científico, raramente utiliza apenas um *paper*⁶ científico como fonte. Ele também usa revistas científicas, noticiários de agências de notícia, entrevistas de outros especialistas da área, *release*⁷ de instituições, além de outros artigos e reportagens de DC. O discurso científico, de acordo com Zamboni (2001), manifesta-se nesta nova formação por meio da heterogeneidade discursiva e não como parte essencial dela.

Nesse fazer jornalístico, o que vemos é a presença da heterogeneidade discursiva, ou seja, ao produzir um texto, o autor utiliza-se de outras vozes que permeiam o discurso. A questão é que voz é essa que, segundo Maingueneau (2004), sustenta o texto e lhe confere um tom peculiar, autoridade e legitimidade? Fato que se torna ainda mais evidente se levarmos em conta a sociedade em que vivemos: somos bombardeados por inúmeros textos que trazem a voz da ciência, que nos chegam todos os dias por meio da televisão, jornais, internet e outros dispositivos midiáticos. Como resultado, as práticas sociais em que nos engajamos – os gêneros do discurso – são repletas de outros textos e, conseqüentemente, de outras vozes, que, muitas vezes, se materializam deixando evidentes as suas presenças.

O sujeito do discurso é um sujeito composto de várias denominações. Ele é polifônico, uma vez que é portador de várias vozes enunciativas (polifonia). Ele é dividido, pois carrega consigo vários tipos de saberes, dos quais uns são conscientes, outros são não-conscientes, outros, ainda, inconscientes. (CHARAUDEAU E MAINGUENEAU, 2004, p. 458)

Esse embate de vozes é constitutivo do gênero do discurso devido ao seu caráter dialógico, sem o qual não há comunicação. Nossos textos surgem a partir de uma ativa posição responsiva (Bakhtin, 2003) inerente a todo ato de linguagem. Sabemos que um discurso é sempre suportado por outros textos da sociedade, ou seja, é um lugar de interdiscursividade. Bakhtin (2003) descreve essa propriedade

⁶ Um *paper científico* é um texto resumido, mais simples do que um artigo científico, apesar de se parecerem muito na forma e na estrutura. É muito utilizado nas comunicações em congressos, seminários, simpósios e outros tipos de eventos científicos e acadêmicos, normalmente com o objetivo de divulgar a ideia geral e o andamento/resultados de um projeto. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/10496698/Como-escrever-um-paper>>. Acesso em: 10 mai. 2015.

⁷ O *release* é um texto distribuído à imprensa em linguagem jornalística. Deve ser objetivo e sintético. Contém informações de interesse da empresa ou órgão que está sendo assessorado. Sua função básica é levar às redações a notícia que possa servir de apoio, atração ou pauta que provoque pedido de entrevista ou informações complementares. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/release/>>. Acesso em: 10 mai. 2015.

como a dialogicidade interna do discurso, que põe todos os discursos em diálogo constante, ou seja, faz com que palavras de outros discursos entrem em contato entre si.

Podemos dizer que no jornalismo a interdiscursividade é o entrelaçamento de diversos discursos pertencentes a diferentes formações discursivas no fio de um mesmo discurso. Corrobora esse conceito a afirmação de Maingueneau (1976, p. 39; apud KOCH, 2003, p. 61) de que “um discurso não vem ao mundo numa inocente solitude, mas constrói-se através de um já-dito em relação ao qual toma uma posição”.

Nesse sentido, a mídia elegeu o discurso científico principalmente o modo de citação direta como uma de suas formas linguísticas preferidas, pois, ao citar e utilizar as palavras de outrem, a mídia transmite seriedade, autenticidade, legitimidade e distanciamento que, enfim, funciona estrategicamente como um discurso de prova (Charaudeau, 2013).

Consoante a isso, Zamboni (2001) afirma que na divulgação científica há uma formulação de um novo discurso, que ocupa elementos do discurso científico, pois é um lugar de interdiscurso. Esse novo discurso apresentado nos textos de midiática da ciência, ou divulgação científica midiática (DCM), culmina em “um objeto de investigação que exige atenção para as condições situacionais de sua produção” (GIERING E SOUZA, 2012, p. 1).

Por isso, é preciso estabelecer a diferença entre discurso de divulgação científica e discurso de divulgação científica midiática, pois cada um desses conceitos atende a uma situação de comunicação. No caso da divulgação científica, ela pode aparecer tanto em situações de comunicação didáticas quanto midiáticas. Do ponto de vista de Charaudeau (2013, p. 17):

É preciso distinguir aquilo que se inscreve numa situação de ensino daquilo que se inscreve numa situação midiática. Pode-se até mesmo dizer que, no primeiro caso, ele se confunde com o discurso didático, partilhando da mesma finalidade, das mesmas posições identitárias dos sujeitos e do mesmo tipo de tema. Em contrapartida, aparecendo em uma situação midiática, o discurso de divulgação tem características próprias.

É preciso verificar, como já posto anteriormente, o contrato de comunicação na qual esse novo discurso está inserido. Conforme Charaudeau (2008), o contrato de comunicação estrutura-se numa situação de troca verbal, dando condições de

realização dos atos de linguagem que são ali produzidos para que sejam considerados “válidos”, ou seja, “para que correspondam a uma intencionalidade do sujeito e possam ser interpretados pelo sujeito que os recebe e interpreta” (CHARAUDEAU, 2008, p. 12 *apud* GIERING 2012, p. 684).

A mídia impressa é, também, um grande veículo de divulgação de saber e construção de verdades, apesar de seguir uma lógica comercial. É através dela que o saber também é disponibilizado ao público. É um saber aplicado, valorizado, distribuído e repartido socialmente. Contudo, ao afastar-se do universo científico (do discurso científico) e ao aproximar-se do público não especializado, um fator é adicionado à nova formulação discursiva: suas finalidades mudam⁸.

Para entendermos um pouco esse contexto, o jornal Bem Estar apresenta em seus textos um discurso circulante na mídia, que é o tema da saúde aliado à qualidade de vida. Vemos o quanto isso tem influência direta nos hábitos físicos e alimentares das pessoas. Por trás dessa informação, porém, há uma finalidade, que é a lógica comercial para compra e venda dos produtos e serviços ali apresentados, deixando claro que o jornal não pode fugir à sua natureza social e à sua intrínseca situacionalidade. Isso quer dizer que leitores se transformam em consumidores, e todo o tipo de estratégia discursiva que sirva ao propósito de seduzir e persuadir será utilizada pela mídia com o intuito de vender seu produto.

Visto que os jornais de circulação gratuita são publicações que fazem parte das mídias de informação, consideramos relevante trazer, no próximo subcapítulo, algumas noções atinentes ao discurso midiático e o contrato de comunicação midiático, que, diante da situação da comunicação, se inscreve em um duplo contrato: um de informação e outro de captação, conforme os postulados de Charaudeau (2007).

2.2 O discurso midiático e o contrato de comunicação

O discurso midiático pode ser entendido como o lugar no qual o saber e o poder se articulam. A midiatização das informações afeta as práticas sociais como um todo e também os modos de agir dos sujeitos. No caso específico do jornal Bem

⁸ Charaudeau (2006) define a condição de finalidade como um dos dados externos que operam no discurso. A finalidade pode ser dividida em quatro visadas: a incitativa, a prescritiva, a informativa e a de *pathos*. Elas se combinam em diferentes intensidades e não atuam separadamente.

Estar, é notória uma preocupação em publicar temas sobre qualidade de vida e em trazer conteúdos concernentes a diversos métodos de obtenção de equilíbrio espiritual e mental, além de reportagens do bem estar físico e social.

É a partir desse atravessamento de temas e das especificidades de cada um dos textos que compõem o jornal que os sentidos são construídos. Para a Semiologia, os sentidos do ato comunicativo são realizados pela troca entre a instância de produção e de recepção propiciada pela troca mediada pelo texto. Vistos por uma relação de intencionalidade, estes sentidos não são necessariamente correspondentes. Para Charaudeau (2013, p.61), deve-se falar, portanto, em sentidos visados pela instância de produção e sentidos produzidos pela recepção. Por isso, o autor considera que a relação entre os efeitos visados e os efeitos produzidos é bastante frouxa, muitas vezes retardada, não raro inesperada, ou mesmo contraditória.

A partir daí é que se pode interpretar como os veículos midiáticos produzem enunciados, e como se dá a escolha das palavras e imagens que vão compor os textos, os quais serão objeto de circulação social. É o que podemos chamar de *efeitos interpretativos*⁹. Isso mostra que as palavras e a própria linguagem não são transparentes em si mesmas.

Tanto as palavras quanto a linguagem são questionáveis e podem representar o lugar do saber e do poder em qualquer veículo midiático. Isso irá depender dos efeitos interpretativos que levaram o veículo midiático a usar determinadas palavras para persuadir o leitor e com qual finalidade isso ocorre. Charaudeau (2013) argumenta que, em relação à linguagem, os sujeitos criam um jogo de articulação de sentidos em relação ao efeito interpretativo por isso o autor afirma que:

Ao viver em comunidades os indivíduos fazem parte e criam um jogo de regulação das práticas sociais. É através dos discursos que eles representam estas práticas sociais valorizando-as e é assim que as convenções e normas de comportamento são estabelecidas e fortalecidas. (CHARAUDEAU, 2013, p. 68)

A comunicação tem um papel fundamental neste processo de midiatização social, e o jornal, como um suporte comercial, tem-se utilizado de estratégias para

⁹ Muitas palavras foram colocadas em itálico pela autora para destacar e facilitar a compreensão sobre o dito.

poder continuar circulando e garantir a sua existência como produto de compra e venda de serviços. Toda essa encenação discursiva entre os sujeitos no e pelo ato só ganha sentido pelo contrato comunicacional, ou contrato de fala, que liga os parceiros mediante uma finalidade discursiva.

Desse modo, a noção de contrato é fundamental para compreender o esquema enunciativo que a Semiologia propõe. É nesse ponto que Charaudeau (2008a, p. 60) define o contrato de comunicação, visto como o conjunto de restrições que codificam as práticas sociolinguageiras e que resultam dos saberes partilhados pelos interlocutores.

Ressaltamos ainda que o contrato comunicacional constitui-se como um dos saberes partilhados pelos protagonistas do dizer, visto que toda troca verbal está calcada em um contrato que, na forma de um saber, é partilhado pelos membros de uma comunidade social. Essa noção de contrato aproxima-se das ideias de Perelman (2005)¹⁰, que afirma que deve haver um acordo entre o orador (agente-produtor) e seu auditório (agentes-leitores) para que eles se compreendam através de um acordo ou “contato intelectual”. Segundo Perelman (2005), o simples fato de um auditório se dispor a ouvir um orador já sela um acordo entre ambos, pois, se o auditório está disposto a ouvi-lo, está também disposto a aceitar a argumentação do orador.

Vale lembrar que o olhar de Charaudeau (2008b) face aos discursos argumentativos se dá em função da situação de comunicação em que são realizados. Entre as suas reflexões, o autor salienta que um texto não pode ser considerado argumentativo somente por apresentar marcas que explicitem a argumentação, como conectores e alguns tipos de construção frástica¹¹.

Para ele, um texto é considerado como argumentativo – mesmo que não apresente tais elementos explícitos –, pela sua organização implícita e, especialmente, por sua finalidade discursiva. O autor considera ainda que a situação de comunicação é como um palco, com suas restrições de espaço, tempo, relações e palavras, as quais se estabelecem por meio de um “jogo de regulação de práticas

¹⁰ Segundo Chaim Perelman (2005), todo discurso possui um contexto e, conseqüentemente, um auditório para o qual ele é elaborado e o se amoldar àquele auditório é a condição para que exista a persuasão.

¹¹ A Construção Frástica “ocorre quando a progressão se faz por meio de sucessivos encadeamentos, assinalados por uma série de marcas linguísticas através das quais se estabelecem, entre enunciados que compõem o texto, determinados tipos de relação” (KOCH, 2008). Entre os principais mecanismos estão os conectores de diversos tipos como: se, e, bem, como também, quando, ainda que, no entanto, pois, sejam, como, ou.

sociais” e pelos “discursos de representação”, que justificam e valorizam tais práticas. (CHARAUDEAU, 2007, p. 67).

Dessa forma, Charaudeau (2009) afirma que os indivíduos que querem se comunicar devem levar em conta os dados da situação de comunicação, submetendo-se às suas restrições e tendo consciência de que seu interlocutor ou leitor também as reconhece. Essas restrições fazem parte do processo, para que o ato de linguagem tenha sucesso e alcance êxito. O sujeito comunicante faz uso de estratégias discursivas consideradas pertinentes para conquistar e manter a credibilidade e captar seu interlocutor (“credibilidade” e “captação”).

Segundo Charaudeau (2006, p. 66), esse efeito de credibilidade na informação para captar o leitor está vinculado à posição social do informador, ao papel que desempenha na situação de troca, à representatividade que possui diante do grupo do qual é porta-voz e ao seu grau de comprometimento com o que diz. Isso significa dizer que, antes de qualquer estratégia particular ou intenção, os parceiros da troca linguageira devem se submeter a esse contrato de comunicação, de acordo com os **dados externos**¹² (características próprias à situação de troca) e **internos** (características discursivas).

Charaudeau (2008, p. 52) apresenta um quadro que representa os circuitos com os dados internos e externos bem como os sujeitos que fazem parte do ato de linguagem. Tal quadro está ilustrado na Figura 1. Nele estão presentes os dados externos, que se referem aos comportamentos sociais dos indivíduos da troca linguageira caracterizados pela convergência, configurando-se em constantes. Os dados externos agrupam-se em quatro categorias, cada uma correspondendo a um tipo de “condição de enunciação da produção linguageira”: condição de identidade, condição de finalidade, condição de propósito e condição de dispositivo (CHARAUDEAU, 2006, p. 68).

A condição de *identidade* deve ser levada em conta quando existe uma relação de pertinência entre os sujeitos da troca linguageira. Nesse caso, o ato de linguagem para acontecer dependerá de que os sujeitos envolvidos apresentem uma convergência de traços de personalidade, de status social, econômico e cultural (CHARAUDEAU, 2006, p. 65).

¹² Muitas palavras estão realçadas em negrito e em itálico por serem importantes dentro do contexto desta pesquisa.

A condição de *finalidade* requer que o ato de linguagem seja ordenado de acordo com o objetivo do sujeito falante, a fim de incorporar o outro à sua própria intencionalidade. Tal objetivo pode ser “prescritivo”, que consiste em querer *fazer fazer* (levar o outro a agir de determinada maneira); “informativo”, que consiste em querer *fazer saber* (transmitir um saber a quem se presume não possui-lo); “incitativo”, que consiste em querer *fazer crer* (levar o outro a pensar que o que está sendo dito é verdadeiro); e o “pathos”, que consiste em *fazer sentir* – que é provocar no outro um estado emocional agradável ou desagradável (CHARAUDEAU, 2006).

Já numa outra condição a tarefa do sujeito é assumir uma posição em relação ao tema imposto pelo contrato, seja para aceitá-lo, rejeitá-lo ou sugerir outro para o seu lugar. Isso tem a ver com a condição do *propósito*. Para Charaudeau (2013, p. 69) essa condição “requer que a troca linguageira se construa em torno de um domínio de saber ou discurso dominante numa maneira de recortar o mundo em universos de discurso tematizados”; trata-se de responder à pergunta “do que se trata?”.

Certamente isso tem a ver com a temática comum sobre a qual se baseia o ato comunicativo que deve ser reconhecido pelos parceiros envolvidos. Apesar de o ato de linguagem estar sempre ligado às restrições do contrato, o sujeito tem uma certa liberdade (margem de manobra) para levar a cabo seu projeto de fala pessoal.

A condição do *dispositivo* diz respeito às circunstâncias materiais nas quais se desenvolve o ato de comunicação, em resposta às perguntas: “em que ambiente se inscreve o ato de comunicação, que lugares físicos são ocupados pelos parceiros, que canal de transmissão é utilizado?” (CHARAUDEAU, 2006, p. 70).

Assim, esses elementos externos ao ato de comunicação – a identidade dos parceiros, a finalidade da troca, o propósito da comunicação e as características inerentes ao dispositivo por meio do qual ocorre a troca comunicativa – interferem no contrato de comunicação, nas expectativas em relação à troca, e também na própria troca comunicativa em si, vindo a influenciar o próprio discurso que emerge nessas trocas.

Quanto aos dados internos, eles se referem ao “como dizer” (maneira de falar, linguagem que deve assumir e formas verbais que devem ser empregadas). Dividem-se em três espaços de comportamentos linguageiros: de *locução*, de *relação* e de *tematização* (CHARAUDEAU, 2013, p.71). No espaço de locução, o

sujeito falante deve justificar por que tomou a palavra, impor-se perante o outro e identificar o destinatário ao qual se dirige de modo a conquistar seu “direito à fala”.

No espaço de relação, o sujeito falante estabelece “relações de força ou de aliança, de exclusão ou de inclusão, de agressão ou de convivência” (CHARAUDEAU, 2013, p.71) com o destinatário, construindo sua identidade e a de seu destinatário. No espaço de tematização, o sujeito falante toma posição em relação ao tema predeterminado ou introduzido pelos participantes e escolhe um modo de organização discursivo em função das restrições situacionais.

Na figura 1 Charaudeau (2013) distingue os tipos de sujeitos que fazem parte do circuito externo e do circuito interno do ato de linguagem: no circuito externo, estão presentes os parceiros (interlocutores, ou seja, o sujeito **comunicante** e o sujeito **interpretante**, os quais são seres sociais com intenções), ao passo que, no circuito interno, apresentam-se os protagonistas (intra-locutores, ou seja, sujeito **enunciador** e o sujeito **destinatário**, os quais são responsáveis pela enunciação).

Figura 1 - Encenação do ato linguageiro



Fonte: Charaudeau (2008, p. 52).

A figura 1, mostra esse esquema, que nos ajuda a reconhecer a natureza, simultaneamente, estratégica e condicionada da concepção de intencionalidade sustentada pelo autor.

Todo ato de linguagem realiza-se em dois espaços de significância, um externo e outro interno. Em ambos os espaços há um EU e um TU. No espaço interno existe um EU enunciador (EUe) e um Tu destinatário (TUd). Pode-se dizer que esse espaço corresponde a um mundo ideal no qual o discurso do enunciador é

proferido para um destinatário também ideal, ou seja, um destinatário que aceita o que está sendo dito. Trata-se de uma “encenação” (CHARAUDEAU, 2008a, p. 46). Já o espaço externo pertence ao chamado mundo real. Nesse espaço, verifica-se um EU comunicante (EUc) que se dirige a um TU interpretante (TUi), que pode aceitar ou não o discurso daquele.

Dessa forma, o ato de linguagem não será apenas o resultado da produção de uma mensagem do emissor ao receptor, mas o resultado de um jogo implícito e explícito entre os processos de “produção” e de “interpretação” que ocorrem em um circuito interno (de fala), correspondente a uma representação discursiva. Em tal representação, está inserido um circuito externo (do real, do fazer), que é uma representação da situação de comunicação.

Assim, para produzir um enunciado, o EUc organiza o mundo real em um mundo de palavras. Para fazê-lo, deve, pois, acionar um EUE, que irá atuar em função de um TUD, um receptor idealizado para aquela troca comunicativa. O TUi é o sujeito real inserido na atividade linguageira. Caberá ao TUi, ainda, aceitar ou não o enunciado.

Charaudeau (2006) discorre sobre outros elementos que devem ser observados, os quais tendem a responder à pergunta “como dizer?” em uma determinada situação comunicativa, o que permite que a troca seja estabelecida. Será, aqui, abordada a questão dos comportamentos e papéis linguageiros a serem adotados pelos parceiros da comunicação, bem como as diretrizes para a organização do discurso: os modos de organização, as restrições linguísticas em função dos gêneros escolhidos, etc.

Todavia, não é só de estruturas determinadas que o contrato é constituído. Existe um espaço de manobras no qual se estabelecem as estratégias discursivas dos parceiros do ato de linguagem. Este espaço de manobras é marcado pela intervenção do sujeito e está relacionado ao projeto de fala dele, às suas expectativas, posicionamentos e imaginários sociodiscursivos.

Vale ressaltar que o processo é dinâmico e que, portanto, as reações do interlocutor à fala do sujeito comunicante fazem com que esse último seja obrigado a redefinir constantemente seu projeto e suas estratégias de fala. Resumindo, podemos dizer que o sujeito comunicante encontra-se, por um lado, preso a uma série de restrições relativas às características do contrato e às condições de sua realização.

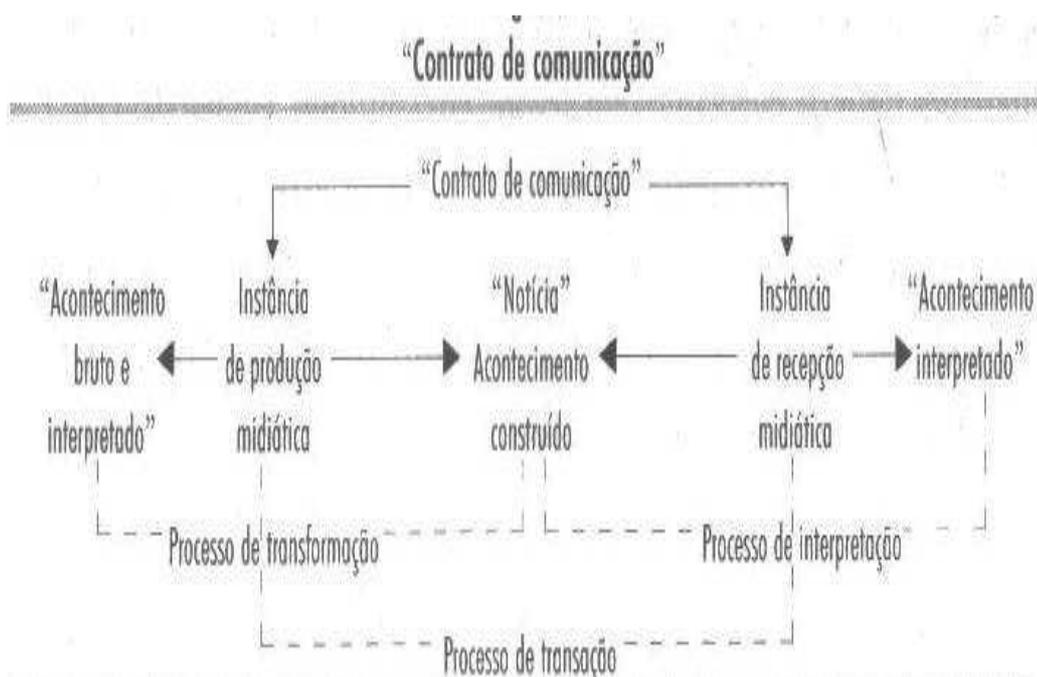
Essas restrições não eliminam, no entanto, uma margem de escolha dentro da qual o sujeito possa agir estrategicamente e chegar ao seu objetivo. Desse modo, um texto jornalístico motivado por seu projeto de fala, do conhecimento e das condições presentes de produção do seu discurso (incluindo aí as expectativas que ele tem sobre a identidade e intencionalidade do interpretante), implementa suas estratégias de fala para captar o leitor. É dentro desse contexto que Charaudeau (2006a, p. 256) afirma que:

(...) o cidadão nunca tem acesso ao acontecimento bruto, ele sempre entra em contato com um acontecimento filtrado pela mídia. Assim, ora o acontecimento bruto e o acontecimento veiculado pela mídia se confundem, ora um prepondera sobre o outro, criando um círculo vicioso (...).

Assim, no texto jornalístico, o EUC é o jornalista (a pessoa física) que trabalha na redação do jornal. No circuito interno, o EUC pode não ser a “voz” do jornalista (pessoa física). Ele pode estar reproduzindo a ideologia do veículo para o qual trabalha, direcionando o texto para determinados leitores (aqueles que normalmente leem o jornal). O jornal quer vender produtos e serviços e continuar em circulação. Para isso, precisa escrever aquilo que o seu público gosta de ler.

Conforme já explicado anteriormente, a construção do sentido de qualquer contrato de comunicação realiza-se segundo um processo de transformação e de transação. Para a instância midiática, o processo de transformação consiste em passar o acontecimento de um estado bruto já interpretado (“mundo a descrever”) para um estado midiático construído (notícia), sob um processo de “transação”, que consiste em construir a notícia em função de como ela imagina a instância receptora, a qual, por sua vez, reinterpretará a notícia à sua maneira, conforme descrito na figura 2 (CHARAUDEAU, 2007, p.114).

Figura 2 - Contrato de Comunicação



Fonte: Charaudeau (2013, p. 114).

Dessa forma, cria-se um contrato de comunicação, que determinará as condições de encenação da informação, e as operações que devem ser efetuadas em cada processo, gerando, conseqüentemente, um espaço público de informação, no qual se constrói a opinião pública.

As empresas de mídia constroem-se numa visão psicossociológica do público que passa a guiar as escolhas redacionais e as estratégias de funcionamento do jornal, constituindo uma base relevante de elaboração dos parâmetros contratuais que orientam a comunicação. A escolha dos conteúdos e o tratamento da informação estão relacionados com a identidade dos leitores ao interagir com o discurso da informação.

2.3 O discurso científico midiático, a divulgação científica e a midiatização da ciência

Consideramos, neste estudo, a divulgação¹³ científica midiática como o conjunto de textos que são elaborados numa situação de comunicação diversa da que é estabelecida entre os cientistas para divulgação das descobertas aos pares. Assim, o texto de DCM é aqui compreendido como uma unidade resultante de uma

¹³ Nesta pesquisa os termos vulgarização tem o mesmo sentido de divulgação e popularização.

reformulação, diferente da pesquisa científica em si, e elaborado por um jornalista ou mesmo um cientista, que se coloca diante de um leitor não especializado habituado à leitura sobre ciência (GIERING E SOUZA, 2012).

No entanto, é preciso deixar claro que Charaudeau (2008a), em seus postulados, estabelece diferenças entre o discurso midiático, o de divulgação científica e o de midiatização da ciência. Para ele, o discurso científico prima pela finalidade de demonstrar a verdade sobre os seres e os fenômenos do mundo através de uma atividade de argumentação com o uso de raciocínio e de argumentos de prova. Esse discurso estabelece-se entre sujeitos especializados (os cientistas), cujas identidades se caracterizam pelo domínio e partilha de referências de conhecimento.

Conhecida em francês como *vulgarization scientifique*, em inglês como *popularization* ou *science journalism* e, em espanhol, como *periodismo científico*, a divulgação científica – termo frequentemente utilizado em português –, é aqui entendida como uma prática discursiva, que articula significados constituídos no âmbito de uma cadeia intertextual mais ampla, dos discursos da ciência, de forma funcional, em relação ao objetivo de ampliação dos limites de convivência social com o conhecimento científico, para além dos círculos institucionais acadêmicos (OLIVEIRA, 2008).

Em seu livro, Zamboni (2001) afirma que, em português, empregam-se os termos “popularização” e “vulgarização científica” indistintamente, mas resolveu utilizar “divulgação científica”, que lhe pareceu mais adequado, por estar imune à eventual crítica de carregar conotação pejorativa. Mesmo assim, ao longo de seu texto, ela utiliza todos os termos como sinônimos.

Depois de traçadas essas concepções, percebemos que a DC ocorre numa situação distinta daquela do discurso científico institucionalizado, pois a DC se caracteriza por uma lógica de publicação para outro tipo de destinatário, o público não especializado. Em geral, os gêneros de DC na mídia são escritos por jornalistas. Esses textos sobre ciência podem ser divulgados por intermédio de vários suportes midiáticos, dependendo da situação de comunicação e do dispositivo (livro, seção de jornal, revista, programa de TV, entre outros).

De acordo com Oliveira (2008b, p. 18), ao ampliar os limites de convivência, a DC configura-se como um espaço de interação em que são negociadas, de forma recíproca, identidades tais como a do cientista, a do leigo e a do próprio

conhecimento científico. Esse espaço está regulado, prioritariamente, por padrões de interação característicos do discurso midiático.

Segundo Germano e Kulesza (2006), a popularização é a ação de popularizar: tornar algo popular, difundir algo entre o povo. Para os autores, popularizar é muito mais do que vulgarizar ou divulgar a ciência. É colocá-la no campo da participação popular e sob o crivo do diálogo com os movimentos sociais, ou seja, a popularização da ciência é considerada como um acontecimento social.

Para Charaudeau (2012), o discurso de divulgação científica remete à finalidade de revelar o resultado de uma descoberta ou estudo científico, o funcionamento de um fenômeno particular e os processos experimentais pelos quais a pesquisa passou para estabelecer um saber especializado, por exemplo, de estudos científicos da Física, da Biologia, da Química, da Astrofísica etc.

O público a que a instância de produção da informação científica se dirige, pelo que se presume, não sabe ou não tem muito conhecimento a respeito do conteúdo divulgado, *a priori*. Esse “não sabe” ocorre em diferentes gradações de “saber” e “não saber”, ou seja, por não estar (tão) familiarizado com o saber científico/especializado de ciência, busca em qualquer suporte de divulgação esse conhecimento para se apropriar da informação. Por essa razão é que normalmente o público não “sabe” e geralmente está distanciado do saber técnico-especializado.

Há diferentes suportes de divulgação (revistas, manuais de instruções, etc.), segundo o grau de conhecimento do público. Com isso, a instância produtora de DC tem a perspectiva de construir um discurso explicativo da maneira mais clara possível, com graus de explicitação variáveis segundo o tipo de público ao que se dirige (CHARAUDEAU, 2013).

Isso significa que o discurso de midiatização da ciência precisa levar ao conhecimento do leitor fatos ou verdades já estabelecidos, assumindo, para isso, um caráter explicativo próprio do discurso didático. Contudo, ao mesmo tempo, necessita lançar mão de estratégias de captação, que motivem o interesse do leitor pela informação, característica do discurso midiático. Charaudeau (2013, p.18) ainda ressalta que a credibilidade do discurso de divulgação científica midiática dependerá justamente do modo de manejar essas estratégias. Dadas as características particulares que a DCM assume, o linguista conclui:

O discurso de vulgarização não é a tradução de um discurso científico de origem, escrito por autores especialistas em uma

disciplina endereçada aos pares, mas um discurso construído pelo órgão midiático em função da finalidade de seu contrato de comunicação. Ele não se confunde com o discurso didático, mesmo que este lhe empreste alguns aspectos discursivos, por essas mesmas razões de identidade (um professor não é um vulgarizador) e de finalidade (ensinar, o que permite se apropriar de um saber para o reproduzir e não ter dele uma opinião). (CHARAUDEAU, 2013, p. 19).

De acordo com Charaudeau (2008a), na midiatização da ciência, o contrato é diferente: é o contrato midiático que se impõe ao científico e não o contrário. A midiatização da ciência corresponde a um tipo específico de ato de linguagem. Em relação à finalidade, o que caracteriza o discurso de midiatização da ciência é a visada de informação – pela qual o locutor deve fazer o interlocutor saber sobre os conhecimentos provenientes da ciência – e a visada de captação – pela qual o locutor deve fazer o interlocutor sentir emoções agradáveis.

Para ele, a visada de captação procura produzir um objeto de consumo segundo uma lógica comercial – captar as massas para sobreviver à concorrência. Busca seduzir os leitores por meio de formas retóricas e interpelativas: as manchetes, os conteúdos chocantes e dramáticos, os sinais de identificação afetiva e axiológica (CHARAUDEAU, 2007).

O contrato de comunicação midiático encontra-se diante de uma tensão entre os pólos de *credibilidade* (*fazer saber* – informar) e de *captação* (*fazer sentir* – emocionar), e quanto mais as mídias tendem para o primeiro, cujas exigências são as da austeridade racionalizante, menos tocam o grande público; quanto mais tendem para a captação, cujas exigências são as da imaginação dramatizante, menos credíveis serão (CHARAUDEAU, 2007, p. 93).

Devido às visadas de informação e de captação, o discurso de midiatização da ciência deve ser explicativo e deve produzir suas estratégias de captação nos diversos veículos que irão circular as informações. É por isso que o contrato de comunicação midiático centra-se na informação propriamente dita e tende a produzir um objeto de saber segundo uma lógica cívica: informar o cidadão.

As circunstâncias materiais da midiatização da ciência correspondem aos suportes de transmissão da informação: o suporte escrito, na imprensa, o suporte áudio-oral, no rádio, e o suporte audiovisual, na televisão. Como já descrito anteriormente, o sucesso da divulgação científica depende de que os atores sociais consigam vestir-se e despir-se de papéis, adequando seu comportamento discursivo

à situação comunicativa que vive em um dado momento. Como exemplo, temos um jornalista que pode ser acusado por sua fonte acadêmica de reducionismo ou, pelo grande público, de fracassar na tentativa de socializar o saber científico entre aqueles a quem historicamente foi negada a participação nos processos de produção e socialização do saber. A partir disso, cabe posicionamento em relação à prática discursiva da divulgação.

Conforme Charaudeau (2013), o discurso de midiaticização da ciência, além de ser permeado pelos discursos científico e midiático, apresenta características do discurso didático. Por conseguinte a identidade do produtor textual é, sobremaneira, a de mediador entre o saber especializado e o destinatário, de modo que se atribui a esse produtor a função de guiar o leitor. A autorização para informar origina-se da concepção de que o saber a ser transmitido representa uma verdade [...] que é boa para o homem (se não, ela não seria ensinada) (CHARAUDEAU, 2013, p. 12).

Por isso o texto de DCM, além de estar inserido na mencionada tensão midiática entre a informação e a captação, também precisa atender a algumas restrições pertinentes ao contrato de comunicação da mídia, as quais são postuladas por Charaudeau (2013) como *restrição de visibilidade*, *restrição de legibilidade*, *restrição de seriedade* e *restrição de emocionalidade*.

Na *restrição de visibilidade*, leva-se em conta a seleção de estratégias para provocar no leitor o interesse pela leitura, seja por meio de certa apresentação iconográfica ou pela escolha de temas, títulos e organizações textuais que motivem a disposição para a leitura. Na mídia em geral, essa restrição encontra-se presente de forma marcante na escolha pela divulgação de assuntos inéditos e/ou possuidores de um caráter de novidade.

No âmbito da DCM, entretanto, nem sempre será possível ou, até mesmo, condizente ao seu propósito, falar sobre assuntos inéditos ou novos; dessa forma, faz-se necessário o apelo a outras estratégias de captação do interesse do público leitor, e a organização narrativa de determinados trechos ou de textos completos configura-se como uma opção recorrente nesse sentido.

A restrição de legibilidade, conforme Charaudeau (2013, p. 20), “é marcada por duas obsessões que já estão presentes no discurso de informação midiática em geral e que são particularmente abundantes em todo discurso de vulgarização: a simplicidade e a figurabilidade”. Em relação à simplicidade, essa configura-se por uma construção frásica e por um vocabulário simples e acessível, que, de alguma

forma, facilitem a compreensão durante a leitura do texto. Quanto à figurabilidade, esta, por sua vez, “se traduz em procedimentos escrito-visuais de composição semiológica paratextual [...] que permitam, ao mesmo tempo, uma compreensão mais imediata da questão tratada e a captura do interesse do leitor” (CHARAUDEAU, 2013, p. 20-21).

Ainda segundo Charaudeau, *a restrição de seriedade* “é marcada por alguns mesmos procedimentos emprestados para assegurar a legibilidade do discurso de vulgarização, [...] os procedimentos que, na verdade, desempenham o papel de *argumento de autoridade*” (CHARAUDEAU, 2013, p. 21). Nesse âmbito, o produtor do texto assume-se como um mediador entre o conhecimento científico e a compreensão do público leigo, divulgando os temas da ciência de modo acessível, mas, ao mesmo tempo, fiel, ou pelo menos verossímil, aos conceitos científicos aí envolvidos. Podemos exemplificar através das reportagens da seção “Fique Alerta” do jornal Bem Estar, que apresentam um jogo de vozes de especialistas para dar credibilidade ao que está sendo dito ou informado. Atendem a essa restrição quando remetem à seriedade por meio de uma contextualização da informação veiculada no texto.

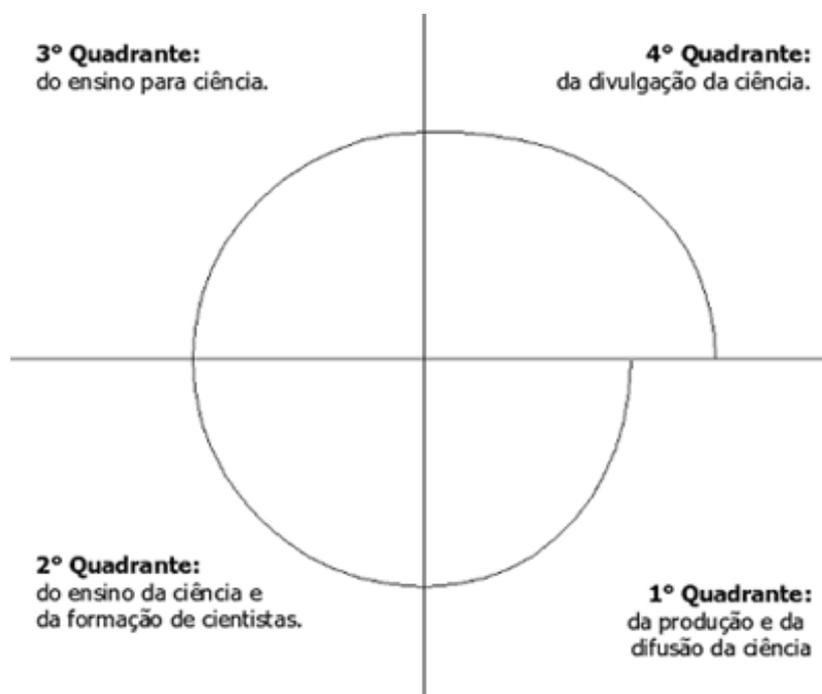
A *restrição de emocionalidade*, de acordo com Charaudeau (2008a), privilegia efeitos afetivos sobre o leitor, despertando-lhe sensações e aproximando-o ainda mais do universo criado pelo texto. Ao ler as reportagens dessa seção, o leitor passa a refletir sobre os danos que, ocasionalmente, possam vir a ocorrer em sua vida. Estrategicamente, o texto traz orientações descritas e, em seguida, conselhos que sempre finalizam a matéria como forma de tocar o lado afetivo do leitor.

Considerando que a DCM é um meio eficiente para disseminar o conhecimento, verifica-se que, sem ela, não haverá a construção de uma cultura científica e muito menos a socialização do conhecimento com o conseqüente desenvolvimento da real cidadania. Por isso, defendemos, neste estudo, a ideia de que o processo que envolve o desenvolvimento científico é um processo cultural.

Dessa forma, Vogt (2003) não foca apenas no conceito de cultura científica ligada à produção e obtenção de dados científicos por parte dos indivíduos, mas vai além, ao apresentar a cultura científica no âmbito sociocultural, por acreditar que todos os cidadãos devem ter acesso à informação e, assim, usufruir do bem-estar

cultural. Por isso, Vogt (2003) propõe uma representação gráfica da dinâmica desse processo, que é conhecida como *espiral da cultura científica*¹⁴:

Figura 3 - Espiral da Cultura Científica



Fonte: Vogt (2003).

Cada um desses quadrantes pode, além disso, caracterizar-se por um conjunto de elementos que, neles distribuídos, pela evolução da espiral, contribuem também para melhor entender a dinâmica do processo da cultura científica.

No primeiro quadrante, segundo Vogt (2003), teríamos como destinadores e destinatários da ciência os próprios cientistas; no segundo, como destinadores, cientistas e professores, e como destinatários, os estudantes; no terceiro, cientistas, professores, diretores de museus, animadores culturais da ciência seria os destinadores, sendo destinatários os estudantes e, mais amplamente, o público jovem; no quarto quadrante, jornalistas e cientistas seriam os destinadores e os destinatários seriam os membros sociedade em geral e, de modo mais específico, a sociedade organizada em suas diferentes instituições, principalmente da sociedade civil, o que torna o cidadão o destinatário principal dessa interlocução da cultura científica (VOGT, 2003).

¹⁴ Fonte: http://ojs.unesp.br/index.php/revista_proex/article/download/515/632.

A espiral de Vogt (2003) demonstra como seria relevante que os pesquisadores e cientistas saiam do ambiente de conforto institucional e busquem se ocupar também da divulgação científica, uma vez que eles são peças fundamentais na formação da cultura científica na sociedade. A espiral busca representar toda a movimentação necessária entre ciência e cultura. Neste momento, percebe-se a importância e a necessidade da DC para a construção e propagação da cultura científica.

O que se expôs até aqui indica que o conhecimento científico e suas representações em diferentes âmbitos da vida social está inevitavelmente associado a interesses políticos e econômicos, a contextos sociais e culturais e a circunstâncias institucionais. As contribuições de Vogt (2003) para se pensar a cultura científica são importantes no contexto geral desta pesquisa, mas, no tocante à definição e utilização de termos, nossa opção é por *divulgação científica* ou *divulgação da ciência* (dimensão privilegiada no quarto quadrante da espiral), por ser este um nome amplamente usado nas mídias e por se tratar de um jornal o *locus* da presente pesquisa.

Visto que este trabalho pretende analisar notícias que constam em um jornal de circulação gratuita, a fim de investigar se essas reportagens são de DC, torna-se interessante trazer, na próxima seção, informações, do ponto de vista discursivo, sobre o dispositivo do ato de fala e sobre a situação de comunicação.

2.4 Os jornais de distribuição gratuita e o ato de linguagem

A imprensa gratuita¹⁵ é o conjunto de jornais ou revistas distribuídos sem custos aos leitores. A maior parte dos diários gratuitos tem circulação unicamente nos dias úteis, e as suas receitas provém exclusivamente da publicidade publicada. A história da imprensa de distribuição gratuita que obedece às regras do jornalismo é muito recente no mundo todo.

O primeiro jornal diário gratuito do mundo foi o *Contra Costa Times*, fundado em 1947 na Califórnia, Estados Unidos da América. Na Europa o primeiro foi o sueco *Metro*, fundado em 1995, e que atualmente conta com várias edições internacionais, incluindo três em Portugal e uma no Brasil.

¹⁵ Informações sobre vários jornais impressos de distribuição gratuita. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Imprensa_gratuita. Acesso: 05 de set. de 2015.

No Brasil, especialmente no caso do jornal Bem Estar, circula gratuitamente desde 1996, ano de sua criação e distribuição. É um jornal que fala sobre saúde para qualidade de vida, mas como todo veículo midiático visa atender a uma lógica comercial¹⁶ de compra e venda de produtos e serviços. Por isso, partimos, aqui, do princípio de que todo o contexto onde se situa a linguagem e a compreensão da enunciação provoca aos estudos da linguagem uma constante tensão entre os sentidos da língua e os sentidos presentes em cada contexto em que esta língua é utilizada.

Assim, toda enunciação, segundo Bakhtin (2003, p. 281), não passa de um “elo da cadeia dos atos da fala” e toda enunciação (mesmo a enunciação escrita) é uma resposta a alguma coisa. Todo esse movimento imprime ao enunciado um caráter dialógico, porque ao mesmo tempo em que o enunciado é resposta aos enunciados anteriores, ele também espera uma resposta do seu destinatário (interlocutor).

A forma como o locutor dirige-se ao destinatário depende do gênero do discurso selecionado, e este depende da especificidade de uma esfera da comunicação verbal. O gênero é da mesma natureza do enunciado, ele depende das situações concretas da língua em situações sociais muito bem definidas. “Cada gênero do discurso em cada campo da comunicação discursiva tem a sua concepção típica de destinatário que o determina como gênero” (BAKHTIN, 2003, p. 301).

Os gêneros são entidades comunicativas, em que predominam os critérios de ação prática e circulação sócio-histórica. Para tanto, as notícias jornalísticas têm um componente prático e sócio-histórico bastante forte, o que constitui um elemento de realização e interação social muito grande. Uma notícia jornalística que traz a ciência para o campo da mídia inscreve-se no contexto cultural e sócio-histórico de maneira prática e funcional e nele introduz visões e concepções de ciência.

Consoante a isso, Charaudeau (2013) afirma que o papel das mídias de informação poderia ser definido como a difusão de informações relativas aos acontecimentos do espaço público, valendo-se para tal de suportes tecnológicos

¹⁶ O Jornal Bem Estar para se manter em circulação e atender a uma lógica comercial concede o direito da utilização da marca, ou seja, oferece a franquia aos interessados. Como toda franquia deve manter o padrão da marca e sendo um jornal impresso deve divulgar os produtos e serviços principalmente da localidade de circulação e distribuição.

como rádio, imprensa escrita ou televisão. Por isso, Charaudeau (2007, p. 104) considera que comunicar é um fenômeno que envolve maior complexidade do que uma simples transmissão de informação e por isso se realiza num determinado ambiente físico, como os citados acima, que impõe restrições para a realização desse ato.

O dispositivo é o suporte físico da mensagem, é o responsável por formatá-la, corroborando para a construção de sentido, sendo, dessa forma, um componente do contrato de comunicação fundamental para a interpretação da mensagem. De acordo com Charaudeau (2012), ele abarca um ou diversos tipos de materiais e se estabelece como suporte com a ajuda da tecnologia.

Com base nessa afirmação, seria ingenuidade pensar que a mensagem se constrói independentemente do suporte que lhe serve. No caso deste estudo, valemo-nos do jornal impresso e gratuito. Sem o suporte, seria impossível interpretar mensagens.

A imprensa, que é o foco do presente estudo, segundo o teórico em questão, é um domínio escritural, composto por palavras, gráficos, desenhos e às vezes por imagens fixas, em um suporte de papel. Percebe-se também que a relação entre quem escreve e quem lê é distante, pois há um afastamento físico entre a instância de transmissão e a de recepção. Há também um exercício de conceitualização realizado pelas duas instâncias a fim de representar o mundo, produzindo, dessa forma, lógicas de produção e compreensão, e é sempre possível retornar ao que foi escrito.

Por haver uma relação de distância e de ausência física entre as instâncias da troca, a imprensa é uma mídia que não possibilita a coincidência entre acontecimento, tempo da escritura, tempo de produção da informação e tempo de leitura, uma vez que:

É necessário um certo tempo de fabricação do produto, depois, um tempo de transporte de um lugar ao outro (circuito de distribuição) e enfim um tempo de leitura, uma sucessão de momentos operatórios que produzem uma grande defasagem entre o surgimento do acontecimento e o momento em que o leitor toma conhecimento dele. (CHARAUDEAU, 2013, p.113).

O presente trabalho analisa as notícias da seção “Fique Alerta” do jornal de distribuição gratuita Bem Estar. É um jornal que é franqueado por varias interessados em propagar a proposta do jornal em vender produtos e serviços

através das propagandas e publicidades impressas e aliado a isso apresentar as temáticas com fins informativos sobre saúde para qualidade de vida.

Para entender esse contexto trouxemos a concepção de Charaudeau (2007, p. 232), de que a imprensa se inscreve numa situação de troca monolocutiva e se organiza sobre um suporte espacial, o que exige “visibilidade, legibilidade e inteligibilidade”.

É nesse sentido que Charaudeau (2013) traz a premissa de que todo ato de linguagem se realiza numa situação de comunicação, ou seja, trata-se de reconhecer as atitudes, formas verbais, comportamentos e os papéis languageiros assumidos em função das instruções contidas nessa relação situacional que são geradas pela expectativa da troca e pela presença das restrições de encenação (contrato de comunicação e instruções discursivas). Essa situação, com suas expectativas, definem também a posição de *legitimidade* dos sujeitos falantes: o “em nome do que se fala”.

Entretanto, como a legitimidade não é o todo do ato de linguagem, é preciso que os sujeitos falantes ganhem em credibilidade e saibam captar o interlocutor ou o público. O sujeito locutor é, então, levado a apostar na influência, valendo-se de estratégias discursivas em quatro direções: o modo de *estabelecimento de contato* com o outro e o modo de *relação* que se instaura entre eles; a construção da imagem do sujeito falante (seu *ethos*); a maneira de tocar o afeto do outro para seduzi-lo ou persuadi-lo (o *pathos*).

Por isso, a Semiologia considera o ato de linguagem como produto de um contexto do qual participam um emissor e um receptor que, por serem pessoas diferentes, podem atribuir a uma expressão linguística diferentes interpretações, dando a elas sentidos não previstos. Concebe, aqui, o fenômeno languageiro, como o resultado de uma dupla dimensão, a dimensão implícita e a dimensão explícita.

Esse jogo entre o implícito e o explícito, entre informações manifestas e sentidos possíveis, que nasce em condições de discurso particulares e que se realiza no ponto onde se encontram os processos de produção e interpretação, torna-se o centro de uma atividade languageira conduzida por dois protagonistas. Com efeito, Charaudeau (1992) compreende o ato de linguagem como um dispositivo, no centro do qual se encontra o sujeito falante, o locutor que fala ou escreve, em relação a um parceiro, o interlocutor.

De acordo com Charaudeau (1983), a finalidade do ato de linguagem reside não apenas na dimensão verbal, explícita, da linguagem, mas no jogo que um certo sujeito estabelece entre tal dimensão e o sentido implícito a esta última. O ato de linguagem é o resultado de um Explícito, correspondente à configuração verbal, incompleto sob a perspectiva da significação do ato, e de um Implícito, proveniente das circunstâncias de produção/interpretação do ato de linguagem ou circunstâncias do discurso.

A construção do sentido no interior do ato de linguagem por um sujeito de intencionalidade se dá por meio do fenômeno discursivo da enunciação, ou seja, o sujeito se apropria da língua, de formas-sentido, para engendrá-las no discurso, em um quadro de ação e tendo um determinado projeto de influência social. Logo, para construir o sentido, o sujeito realiza o procedimento denominado por Charaudeau (1995, p.98) de *semiotização do mundo*.

Tal procedimento efetua-se a partir da interação de dois processos: a) o processo de transformação, que, sob a ação e o projeto de influência social do sujeito falante, transforma um “mundo a significar” (o mundo referencial) em um “mundo significado”; b) o processo de transação, que toma esse “mundo significado” como objeto de uma troca entre um sujeito falante que assume o papel de enunciador do ato e um outro sujeito que joga o papel de destinatário desse objeto.

Figura 4 - Procedimento de semiotização do mundo e o seu duplo processo



Fonte: Charaudeau (2013).

Dessa maneira, tal procedimento de semiotização do mundo apoia-se sobre vários elementos: o dispositivo comunicativo, o projeto de fala do sujeito que constrói

esse mundo, os lugares de pertença dos grupos, os saberes e as visões de mundo que os sujeitos partilham e as circunstâncias de troca.

Essas condições de semiotização permitem-nos dizer que, no discurso, não há uma verdade; de fato, o que vemos, é uma verossimilhança, isto é, aquilo que se toma como verdade. Logo, o objetivo de uma análise do discurso não é analisar a verdade, mas sim os jogos de encenação da verdade (o *fazer crer*). É considerando esse *fazer crer* que Charaudeau (2008a) fala de uma problemática de influência para o estudo do ato de linguagem no campo semiolinguístico: o sujeito produtor do ato de linguagem, através de sua encenação discursiva, quer atingir seu parceiro seja para fazê-lo agir, seja para emocioná-lo, seja para orientar seu pensamento.

Veicular informação sobre saúde, em jornais de circulação gratuita, é uma tarefa complexa, já que não se trata apenas de se transmitir uma informação entre interlocutores e a linguagem fosse apenas o reflexo do pensamento ou que simplesmente vise atender aos interesses de uma lógica comercial, é, antes de qualquer intenção, o resultado de um processo de produção de linguagem, tanto do ponto de vista de sua concepção, como de sua compreensão. Hoje, pode-se formular que pensamento e linguagem se constituem por uma relação de reciprocidade.

Percebemos que assuntos científicos ganham cada vez mais espaço nos veículos de comunicação de massa destinados ao público mais leigo. Neste contexto, Zamboni (2001) afirma que a divulgação científica envolve um problema de comunicação que tem como objetivo a partilha do saber. Ela almeja levar a um público amplo conhecimentos sobre ciência e, por isso, precisa “[...] transformar em inteligível para muitos a linguagem hermética e difícil da ciência, entendida apenas por poucos” (ZAMBONI, 2001, p.49).

Com a tarefa de captar a atenção de um público para a leitura de textos científicos, que estimulem ao leitor a ter qualidade de vida, o jornal Bem Estar é tensionado entre a produção de efeitos de credibilidade e de seriedade e tende a utilizar-se de recursos de dramatização da informação para captar seus leitores. Enquanto o jornal padrão trabalha com uma discursividade calcificada, o jornal de distribuição gratuita precisa seduzir um público novo.

Várias manobras podem ser detectadas nessa forma de captar o leitor, dentre elas, aquelas ligadas aos efeitos de credibilidade (visada da informação) e de seriedade ao utilizar cientistas como fontes, temas, imagens coloridas. Verificamos

que no jornal Bem Estar que a visada da captação se relaciona ao uso de jargões científicos utilizados nas matérias que, ao serem explicados, são vinculados a termos da vida cotidiana do leitor, inserindo, assim, a pesquisa neste universo. O enunciador utiliza-se de estratégias discursivas de tematização para captar e envolver seus leitores e aposta na oposição entre a linguagem especializada dos cientistas e a linguagem mais objetiva própria dos leitores do jornal.

Por ser um suporte de distribuição gratuita, o jornal Bem Estar possui um certo apelo principalmente no título da seção – que se chama *Fique Alerta* – e nos títulos das notícias – a exemplo de *Cigarros mais viciantes ainda!*, *Exame perigoso* e *Cuidado com os Adoçantes* –. Mesmo assim, as matérias não possuem apelo sensacionalista, pois, embora sirvam para seduzir, os termos têm o intuito de aproximar a ciência do universo do leitor fazendo-o pensar sobre saúde e qualidade de vida.

2.5 A Responsabilidade Enunciativa (RE) e a Orientação Argumentativa (OE)

O jornalismo é um meio legítimo de difusão de conhecimento e de representação social. Isto só é possível por meio do poder de selecionar, interpretar e fazer uma versão sobre os acontecimentos do mundo. No espaço do jornal, várias vozes sociais se manifestam através de seus pontos de vista, porém somente o jornalista tem o poder de escolher o significado que ele deseja dar para determinada afirmação, utilizando-se, dessa forma, de recursos linguísticos específicos para chegar aos objetivos desejados.

Nesse sentido, procura-se entender como são reproduzidas as vozes sociais dentro das notícias e quais marcas linguístico-discursivas podem ser notadas evidenciadas nesses tipos de textos. Para tanto, conforme consta na Introdução deste texto, seguiremos as concepções de Adam (2011) sobre a Responsabilidade Enunciativa (RE) e a Orientação Argumentativa (OE), a fim de entender a articulação entre texto e discurso na eficácia da interpretação dos sentidos do texto.

2.5.1 A Responsabilidade Enunciativa (RE)

Se a Semiologia oferece amplo arsenal teórico para o estudo das condições contratuais nas quais se insere o jornal Bem Estar, a Análise Textual dos

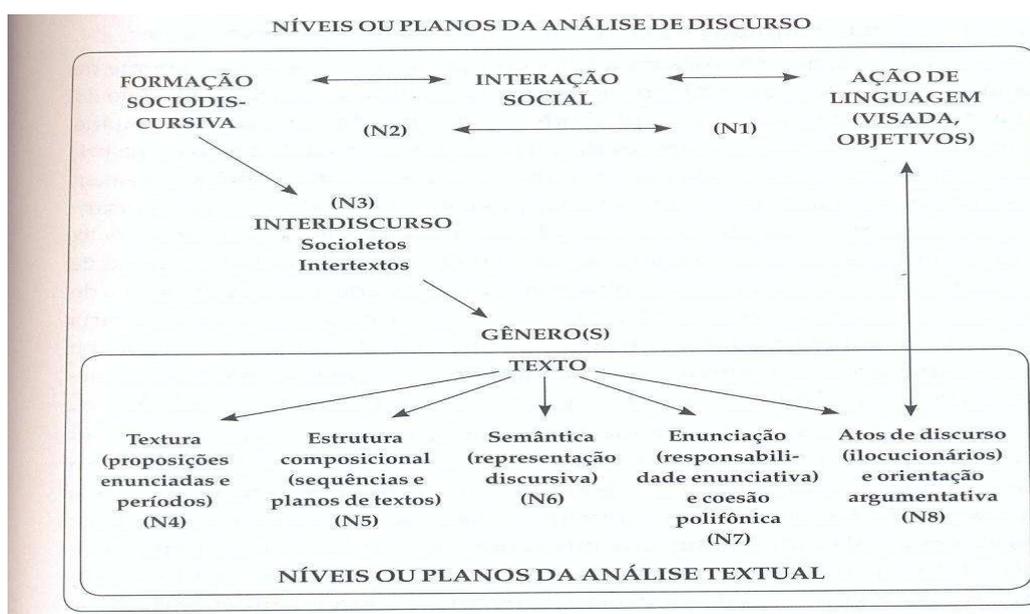
Discursos (ATD) nos permite focar a organização textual, a fim de acompanhar como se dá a inserção do discurso da ciência nos textos do corpus e o papel argumentativo que esse discurso exerce.

Adam (2011, p. 43) situa a Linguística Textual na ATD e seu trabalho propõe a união das duas teorias. Ele reconhece que ambas se desenvolveram de forma autônoma, mas ele propõe articulá-las, considerando a Linguística Textual “como um subdomínio do campo mais vasto da análise das práticas discursivas”. Sua proposta pretende desvencilhar a Linguística Textual da gramática de texto.

A ATD postulada por Adam (2011) constitui-se em uma abordagem teórica descritiva do campo da Linguística Textual. Tal abordagem objetiva pensar o texto e o discurso sob novas categorias. A partir disso, o referido autor propõe uma articulação envolvendo dois campos do saber: a Linguística Textual (LT) e a Análise do Discurso (AD). Essa articulação é gerada a partir da LT e da Linguística da Enunciação (LE), por meio de um ponto em comum, a saber: os gêneros de discurso.

Desse modo, a proposta de Adam (2008) trata da ATD, opondo-se à visão de imobilidade e fixidez da textualidade, questionando as próprias fronteiras da textualidade e o fechamento estrutural do texto. Em vista disso, propõe o seguinte esquema, ao definir os níveis ou planos (N), distinguindo-os linguisticamente:

Figura 5 - Representação dos níveis ou planos da Análise do Discurso



Fonte: Adam (2011, p. 61).

Com base nesse esquema e considerado os itens da Enunciação sob a óptica da RE e dos Atos de Discurso com foco na Orientação Argumentativa, operacionalizou-se o modelo de Adam (2011), no qual nos baseamos para analisar as três notícias pertencentes ao jornal Bem Estar. De início, destacamos que qualquer discurso é, necessariamente, assujeitado à atividade de pano de fundo do leitor, de modo que o produtor/enunciador concretize sua intencionalidade através de um evento comunicativo, no qual enredam-se questões sociais, históricas e culturais. Em suma, as diversas situações da vida diária norteiam as atividades humanas a respeito das quais são produzidos determinados discursos.

A proposta teórica de Adam (2008) é relevante na presente pesquisa, porque funda o entendimento do texto como inerente ao discurso – caracterizado por uma formação sociodiscursiva, pela interação autor/leitor, por objetivos e por um gênero determinado –, evidenciando a possibilidade de se articular o texto ao discurso em que pese o intento da eficácia da interpretação do(s) sentido(s) do texto. Assim, podemos afirmar que a ATD analisa o texto considerando o seu comportamento discursivo.

Por conta disso, Adam (2011) afirma em seus postulados que toda proposição-enunciado comporta três dimensões: enunciativa, referencial e argumentativa, as quais são articuladas entre si complementando-se de forma dinâmica. Portanto, não existe enunciado isolado em um texto:

As três dimensões complementares de toda proposição enunciada são: uma dimensão enunciativa que se encarrega da representação construída verbalmente de um conteúdo referencial e dá-lhe uma certa potencialidade argumentativa que lhe confere uma força ou valor ilocucionário mais ou menos identificável. (ADAM, 2011, p. 109).

A dimensão enunciativa refere-se à Responsabilidade Enunciativa (RE) e ao Ponto de Vista (PdV) da proposição, que permite demonstrar o funcionamento de diferentes pontos de vista ou vozes presentes nos textos e o movimento de identificação do locutor com um ou outro PdV.

Em relação à dimensão referencial, entende-se por *referência* a representação discursiva (Rd) construída pelo conteúdo proposicional. Ou seja, o referente é fruto de uma construção operada no e pelo discurso de um locutor e também fruto de uma (re)construção desse pelo sujeito interpretante.

A dimensão argumentativa indica que a enunciação dá ao conteúdo referencial certa potencialidade argumentativa que confere uma força ou valor ilocucionário¹⁷ mais ou menos identificável. Isso significa que todo enunciado possui uma orientação argumentativa, mesmo na ausência de conectores; é uma força que busca afetar o interlocutor de algum modo. Essa força ilocucionária nem sempre pode ser muito clara, mas está presente como ato de discurso em toda microunidade de um texto (ADAM, 2011).

Adam (2011) não teoriza sobre a noção de RE, já que tem por objetivo, na obra *A Linguística Textual* (2011), oferecer uma visão do conjunto das questões atinentes ao estudo do texto/discurso. Entretanto, evidencia que a RE é entendida como uma das dimensões elementares da unidade textual mínima da ATD, a proposição-enunciado. O autor propõe uma análise pragmática textual ligada à análise do discurso.

Para fazer a análise do discurso, Adam (2011) considera como contexto apenas as condições cotextuais (ambiente linguístico do texto), visto que, a partir de uma perspectiva hermenêutica, se o cotexto está disponível e se ele se mostra suficiente, o interpretante não vai procurar em outro lugar (ADAM, 2011, p. 53).

Em síntese, isso é uma visão de linguagem-ação que se inscreve em “dado setor do espaço social, que deve ser pensado como uma formação sociodiscursiva, ou seja, como um lugar social associado a uma língua (socioleto) e a gêneros de discurso” (ADAM, 2011, p. 63). Gênero de discurso aqui é definido como uma determinação pragmaticamente instituída. Nesse sentido, a análise partiu do que está posto no texto e de fatores que ali se aprestam, especificamente, da proposição-enunciado. Portanto, para Adam (2011, p.106),

Temos a necessidade, metalinguisticamente, de uma unidade textual mínima que marque a natureza do produto de uma enunciação (enunciado) e de acrescentar a isso a designação de uma microunidade sintático-semântica (a que o conceito de proposição atende, finalmente, bastante bem). Ao escolher falar de proposição-enunciado, não definimos uma unidade tão virtual como a proposição dos lógicos ou a dos gramáticos, mas uma unidade textual de base, efetivamente realizada e produzida por um ato de enunciação, portanto, como um enunciado mínimo.

¹⁷ O ato ilocucionário atribui valor a uma proposição quando esse enunciado tem uma força de ordem, de pedido, de pergunta, de asserção, de promessa, dependendo do contexto em que é enunciado (KOCH, 2013, p.23).

Para Adam (2011), a responsabilidade enunciativa pode ser materializada textualmente por diversas marcas que caracterizam o grau de RE de uma proposição. São elas os índices de pessoa, os dêiticos espaciais e temporais, os tempos verbais, as modalidades, os diferentes tipos de representação da fala, as indicações de quadros mediadores, os fenômenos de modalização autonímica, as indicações de um suporte de percepções e de pensamentos. Para fins desta pesquisa, cabe selecionar as seguintes categorias para análise no *corpus*: os índices de pessoa e as indicações de quadros mediadores.

A RE é discutida por Adam (2011) em dois momentos principais: primeiro, como uma dimensão indispensável da unidade textual elementar, a proposição-enunciado; o segundo, na discussão específica sobre escopo dos marcadores de responsabilidade enunciativa. A RE é uma das dimensões constitutivas da proposição-enunciado, juntamente com a representação discursiva e o valor ilocucionário.

Ademais, interpretar o jogo de perspectivas na materialidade linguística, fazendo surgir a presença do outro, nem sempre se converte em uma tarefa fácil, mas essa tarefa resulta nas possibilidades de sucesso na construção do sentido dos enunciados e na eficácia na produção e circulação dos textos.

Nos excertos abaixo, retirados da notícia *Cigarros mais viciantes ainda!* do jornal Bem Estar, apresentamos como exemplo a RE nas marcas linguísticas do enunciadador. Nesse caso, o locutor **não** assume a RE sobre o enunciado e se utiliza de outras vozes para dar credibilidade, sustentar argumentos e atender aos fins discursivos do texto: (1)¹⁸ “*Estudos mostram os sofisticados artifícios da indústria do tabaco.*”. (12) “*Ele mostrou que [...]*” e (16) “*Segundo Paula, “não existe um cigarro menos perigoso”.* No capítulo 4, veremos com mais detalhe como a RE se materializa textualmente.

Nessa direção, entendemos que todo enunciado é elaboração de um sujeito da enunciação, que se transforma em um enunciadador, a instância que fala. Além disso, todo enunciado visa um enunciatário, que é o destinatário da fala. Isso implica afirmar que os enunciados supõem a interlocução entre ambos. Assim, essa

¹⁸ Esses segmentos pertencem à reportagem *Cigarros mais viciantes ainda!*, do jornal Bem Estar, e faz parte da análise preliminar deste estudo. As numerações correspondem às linhas dos parágrafos em que se encontram cada um.

interlocução constrói as especificidades de cada texto, uma vez que o sujeito da enunciação, ao se projetar no enunciado, deixa nele suas marcas.

A compreensão e a construção dos sentidos de um texto repousam sobre um conjunto de processos desconhecidos do leitor, ou, pelo menos, não conscientes e que podem se tornar conscientes e controlados quando o leitor é proficiente em leitura. Esse conhecimento passa pelo funcionamento discursivo dos gêneros textuais dos mais variados, inclusive de suas estruturas.

Para Adam (2011), a ATD é uma teoria de produção co(n)textual de sentido, que deve basear-se na análise de textos concretos. Desse modo, a ATD, tem um papel bem delimitado, conforme Adam (2011, p.63), visa “teorizar e descrever os encadeamentos de enunciados elementares no âmbito da unidade de grande complexidade que constitui um texto.”.

Com isso, o autor dá a entender que, ao teorizar e descrever os encadeamentos de enunciados elementares, a linguística do texto define categorias de análise que pretendem dar conta dessa grande complexidade que constitui um texto. Em sua proposta, o autor pensa essas categorias distribuídas em níveis ou planos de análise do texto que se correlacionam com níveis ou planos de análise do discurso.

O plano de texto – conforme a figura 5 apresentada na página 50 - é um princípio organizador da leitura. Foi importante trazer a noção de plano de texto postulada por Adam (2011), por ele incluir no conceito de esquema também a noção de um princípio organizador que permite atender e materializar as intenções de produção e distribuir a informação no desenvolvimento da textualidade.

Na sequência, trataremos com mais detalhes a questão da análise da orientação argumentativa, tendo em vista ser esta relevante para o nosso trabalho e por, também, se constituir como outro elemento do plano de texto. Essa informação é importante para compreensão e a construção dos sentidos de um texto, já que essas repousam sobre um conjunto de processos desconhecidos do leitor, ou, pelo menos, não conscientes e que podem se tornar conscientes e controlados quando o leitor é proficiente em leitura.

2.5.2 A Orientação Argumentativa (OA)

O jornalismo, como qualquer instância discursiva, não se organiza em um vácuo social, isento de valores e interesses. Existe, na atividade ou prática jornalística, um processo de recriação da realidade, mas esse processo de (re)criação de realidade deixa suas marcas no texto, na forma de escolhas léxico-sintáticas. Daí a possibilidade de se examinar o texto, como discurso materializado, buscando evidenciar e desnudar as marcas que nele deixam os discursos que o atravessam.

Muitas são as formas de realizar esse exame, utilizando variadas ferramentas analíticas e abordando diferentes elementos no texto. Neste trabalho, será examinado como a organização argumentativa vem ao texto para confirmar que as informações nas notícias são trazidas para sustentar um macroato de recomendação/prescrição/incitação.

Em seu sentido mais geral, pode-se dizer que argumentar é uma estratégia discursiva que permite lançar mão de uma tese direcionada a um *outro* com a principal função de convencimento. Ao comunicarmos, fazemos relações e buscamos pontes, estabelecendo redes de ideias e retomando informações com o intuito de construir uma representação. Assim, é possível dividir opiniões com nosso interlocutor, provocar uma adesão ao nosso pensamento ou convencer alguém frente a um dado tema.

Koch (2002, p.10) defende a proposta de que o ato linguístico fundamental é o ato de argumentar. Para a autora, “o ato de argumentar é visto como o ato de persuadir que procura atingir a vontade, envolvendo a subjetividade, os sentimentos, a temporalidade, buscando adesão e não criando certezas”. Ainda, segundo a autora (*id.*, p. 15), “(...) a linguagem passa a ser encarada como forma de ação, ação sobre o mundo dotada de intencionalidade, veiculadora de ideologia, caracterizando-se, portanto, pela argumentatividade”.

Argumentar é levar a crer, é a arte de convencer e persuadir, ou seja, ao falar ou ao escrever, utilizamos a língua de forma a encontrar seu valor no meio sociodiscursivo em que estamos inseridos, um ambiente em que a língua não se concretiza somente com frases, mas com enunciados carregados de valor argumentativo. Nas palavras de Adam (2011), fazemos alusão a um mundo fictício

ou real com o intuito de construir uma representação que dividirá espaço com outras opiniões sobre determinado assunto.

Para Adam (2011), todo enunciado tem carga argumentativa e pode também requerer credibilidade e aceitabilidade por parte dos participantes da troca verbal. Enunciados argumentativos se apoiam em um fato ou tese ou sobre outro enunciado (argumento dado anteriormente). A argumentação é, para ele, uma sequência utilizada no discurso, podendo, assim, ser confundida ou até mesmo relacionada a outras sequências. Para Adam (2011), todo enunciado possui um valor argumentativo, mesmo uma simples descrição desprovida de conectores argumentativos.

Para o referido autor, os conectores têm a particularidade, relativamente aos outros organizadores textuais, de marcarem uma orientação argumentativa – questão que será retomada na análise. Interessa-nos, também, falar aqui de organizadores textuais de diferentes categorias de organizadores, incluindo os conectores.

Para Vogt (1980), esses operadores argumentativos correspondem a marcadores de subjetividade, com a função de orientar a sequência discursiva de um enunciado, levando o interlocutor à determinada conclusão, e seu estudo deverá indicar o propósito dos falantes na elaboração do discurso e na sua estruturação enquanto texto.

Assim, os operadores resgatam elementos da gramática, pois os conectores não são apenas responsáveis pela coesão do texto, mas também possuem uma carga retórica própria, colaborando para que surjam os efeitos de sentido propiciados pelo contexto. Trata-se, em todos os casos, de processos que, segmentando unidades textuais e/ou indicando o tipo de relação a estabelecer entre diferentes unidades textuais, assinala de forma mais ou menos ostensiva a organização global ou plano do texto que pode ser mais ou menos convencional.

Exposta a fundamentação teórica que serve de base para a presente investigação, passa-se, agora, para a descrição dos procedimentos metodológicos da pesquisa.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo, sistematizaremos o percurso metodológico realizado para desenvolvimento do presente estudo. Nosso intuito foi investigar se há possibilidade de que haja divulgação científica em jornais de distribuição gratuita. Escolhemos as notícias do jornal Bem Estar a fim de compreender se estes jornais, ao se referirem à ciência ou ao trazerem vozes que representam a ciência, desempenham o papel de popularizá-la. A partir da caracterização da mídia supracitada, haverá uma explanação concernente à coleta de dados para a dissertação e à caracterização das reportagens, a fim de que sejam analisados os procedimentos linguístico-discursivos empregados pelos enunciadores e estratégias utilizadas na divulgação do conhecimento acerca da temática sobre saúde humana.

Em termos mais específicos, pretendemos verificar o estatuto das referências à ciência encontradas nas notícias publicadas, a fim de melhor entender a finalidade do jornal em publicar textos que falam sobre ciência; verificar se existem estratégias discursivas da midiatização da ciência nas notícias e se essas objetivam agilizar o entendimento da informação para o leitor; analisar como a credibilidade é construída nas reportagens selecionadas; examinar a presença do discurso da ciência e as circunstâncias nas quais ele aparece nas notícias.

Sabemos que a função da pesquisa é buscar respostas às questões formuladas a partir da reflexão de problemas nos mais diversos campos do conhecimento humano. Toda pesquisa se baseia em um método para a sua realização, método que é definido a partir dos tipos de pesquisas. Para esta pesquisa, optamos por uma abordagem qualitativa, pois o objeto das ciências sociais é essencialmente qualitativo.

Para Gil (1999), o uso dessa abordagem propicia o aprofundamento da investigação das questões relacionadas ao fenômeno em estudo e das suas relações, mediante a máxima valorização do contato direto com a situação estudada, buscando-se o que era comum, mas permanecendo, entretanto, aberta para perceber a individualidade e os significados múltiplos. Em diferentes situações de pesquisa, a teoria abordada fornece a definição dos procedimentos a serem adotados para a realização de análises.

Segundo Laville e Dione (1999, p. 43), “a partir do momento em que a pesquisa centra-se em um problema específico, é em virtude desse problema

específico que o pesquisador escolherá o procedimento mais apto, segundo ele, para chegar à compreensão visada”.

Concluimos que a pesquisa qualitativa é uma atividade situada que posiciona o observador no mundo. Tal quadro de pesquisa constitui-se de um conjunto de práticas interpretativas e materiais que tornam o mundo visível, já que tais práticas transformam o mundo, fazendo dele uma série de representações, incluindo conversas e anotações pessoais. Logo, a pesquisa qualitativa usa o texto como material empírico, utilizando características próprias que a distinguem da pesquisa quantitativa. Ela assume uma postura interpretativa diante de seu objeto de estudo, que no nosso caso é o texto.

Após essas considerações sobre a opção pela abordagem qualitativa, passamos agora a descrever os diferentes procedimentos metodológicos que utilizamos nesta pesquisa para a análise do *corpus*, a fim de viabilizar o objetivo que foi proposto na realização deste estudo.

Para tanto, adotamos os seguintes procedimentos, a saber: procedimentos para escolha das notícias e composição do *corpus*; procedimentos de coleta e organização do *corpus* e procedimento de análise textual.

3.1 Procedimentos de escolha da fonte e composição do *corpus*

O primeiro critério que nos colocamos para escolha do *corpus* foi a necessidade de ser um jornal de distribuição gratuita que publicasse textos que trouxessem temas relacionados à ciência. Optamos pelo jornal Bem Estar, dentre os jornais que circulam livremente na sociedade, por ele atender a esse critério. Nele encontramos uma seção que tematizava sobre saúde humana e avanços da medicina e apresentava referências à ciência.

Acompanhamos a distribuição mensal do jornal Bem Estar, de 2013 a 2014, e selecionamos três notícias para fazer a investigação. O critério de escolha das reportagens do jornal Bem Estar teve base nos temas de interesse e de relevância social publicados na seção recorrente (no jornal) “Fique Alerta”, que geralmente tematiza a saúde humana e os avanços da medicina. A escolha da temática não foi aleatória; foram precisamente questões ligadas à manutenção da saúde e a conservação da vida, assuntos que estão no cotidiano dos indivíduos e que, segundo os editores, visam à qualidade de vida e ao bem estar.

Pesquisamos também o site do referido jornal¹⁹ para obter as informações necessárias sobre a sua procedência, característica, critérios de distribuição, onde é veiculado; queríamos compreender a lógica comercial e identificar a que público atende e, assim, entendermos qual o contrato de comunicação estabelecido e as condições de sua realização com as estratégias discursivas de credibilidade e captação.

O jornal Bem Estar surgiu em agosto de 1996, no estado do Rio de Janeiro e, em 2004, mudou-se para Florianópolis, em Santa Catarina. São mais de 150 mil exemplares distribuídos mensalmente de forma gratuita em quatro estados e em locais específicos. O jornal tem um público leitor diferenciado pelas inúmeras características que possui.

Verificou-se, no período de escolha do *corpus*, que, nos referidos jornais, alguns temas sobre saúde humana e medicina apareciam constantemente na seção “Fique Alerta”. Despertou-nos o interesse o fato de essa seção conter informações que podem apresentar características de DC. São matérias que aproximam a ciência da realidade do leitor, mas, por outro lado, podem apenas se caracterizar por trazer curiosidades científicas abordadas pelo jornal para captar o leitor.

Do tratamento desses temas no veículo midiático Bem Estar, surgiu o interesse para esta investigação: verificar se há (ou não) divulgação científica no jornal Bem Estar. O que desperta a atenção para esse suporte é o fato de ele apresentar um contexto diferenciado de outros jornais que circulam gratuitamente na comunidade.

Os outros temas apresentados pelo jornal são: ecologia, esoterismo, medicina alternativa, espiritualismo e nutrição. As matérias, aparentemente, têm como finalidade mostrar ao leitor que ele pode melhorar a qualidade de vida, buscando o seu bem estar físico, mental, espiritual e social, e levá-lo à compra e venda de produtos e serviços ali divulgados.

3.2 Procedimentos de coleta e organização do *corpus*

O *corpus* da pesquisa é composto de três notícias, extraídas do jornal Bem Estar dos anos de 2013 e 2014. A temática está ligada à manutenção da saúde e

¹⁹ Disponível em: <<http://www.jornalbemestar.com.br>>. Acesso em: 30 mai. 2015.

conservação da vida pauta assuntos que estão no cotidiano dos indivíduos, que, em geral, preocupam-se com qualidade de vida e com bem estar. Esses temas apresentam a(s) voz(es) de especialista(s) e vínculo com instituições de acadêmicas, dados de pesquisas científicas e relevância do assunto em questão e possíveis soluções para os casos.

Todos os três textos publicados no Bem Estar foram digitados e segmentados, e os originais também constam como anexos a esta pesquisa (C, E, G), bem como os textos originais/fontes (anexos D, F, H). Esses textos, como informado anteriormente, servem apenas para fins informativos (ou de conhecimento), uma vez que este estudo não é comparativo e não se propõe a analisar as fontes originais.

Quadro 1 – Notícias sobre saúde que apresentam dados de pesquisas científicas

PUBLICAÇÃO	NOTÍCIAS
BEM ESTAR (Jornal). Ano 11, n. 63, p. 5, jun. 2013.	1. <i>Cuidados com os adoçantes</i>
BEM ESTAR (Jornal). Ano 11, n. 67, p. 5, out. 2013.	2. <i>Exame perigoso</i>
BEM ESTAR (Jornal). Ano 12, n. 75, p. 4, jun. 2014.	3. <i>Cigarros mais viciantes ainda!</i>

Fonte: A autora.

3.3 Procedimentos de análise textual

Para oferecer uma análise relevante das notícias publicadas pelo Bem Estar, realizamos uma investigação *on line* para buscar informações sobre esse jornal e para compreender seu contexto da distribuição e veiculação. Isso serviu para conhecer a origem, os objetivos, a circulação, as características e as normas desse jornal e, assim, construirmos seu contrato.

Para isso, os textos do *corpus* foram analisados com base na identificação dos elementos que compõem o contrato midiático: as **identidades** dos sujeitos, a **finalidade** do contrato, o **propósito** e o **dispositivo**. Esses são elementos emergem

do jornal de circulação e distribuição gratuita Bem Estar, no qual as notícias sobre saúde humana e avanços da medicina estão inseridas.

Ainda com base na Teoria Semiolinguística, investigamos a situação de comunicação como o lugar no qual se instituem as restrições que determinam a expectativa da troca e a prática social estabelecida em relação às escolhas da linguagem e os parceiros dessa troca.

Para estudar as marcas da RE e da OA, valemo-nos das categorias propostas por Adam (2011). A Responsabilidade Enunciativa de uma proposição pode ser marcada por algumas categorias. Nesta pesquisa, selecionamos aquelas que consideramos pertinentes para a análise do *corpus*: os índices de pessoas e as indicações de quadros mediadores.

As análises serão feitas com foco, também, na noção de Orientação Argumentativa, igualmente postulada no interior da ATD de Adam (2011). Com tal perspectiva, apresentaremos como os componentes da organização argumentativa se apresentam nos textos das notícias selecionadas, a fim de mostrar que a orientação argumentativa assinala a estratégia idealizada pelo produtor do texto para atingir seus propósitos discursivos, o que possibilita manter a atenção do leitor ao atribuir sentido ao texto.

Feita a exposição quanto ao *corpus* e ao veículo no qual se encontra inserido e acerca dos procedimentos de análise textual, parte-se para o estudo do *corpus*, o qual consistirá na análise das marcas linguístico-discursivas utilizadas pelo jornal ao publicar matérias sobre saúde.

4 ANÁLISE DE CORPUS

A fim de situarmos o leitor quanto à estruturação desta análise, começamos este capítulo trazendo as características do jornal Bem Estar e suas particularidades. Em seguida, discorreremos sobre a Responsabilidade Enunciativa e a Orientação Argumentativa nas notícias *Cigarros mais viciantes ainda!* (seção 4.1), *Exame perigoso* (seção 4.2) e *Cuidados com os adoçantes* (seção 4.3). Por fim, na seção 4.4, trataremos de apresentar o panorama da divulgação científica no *corpus* da presente pesquisa.

O Bem Estar tem, como uma de suas características, expor em algumas capas artistas famosos e pessoas tidas como *felizes* e *saudáveis*, conforme se verifica no anexo A e nas capas apresentadas nas figuras 6 e 7. Suas capas e páginas são atraentes, tendo o objetivo de captar o leitor, tanto em termos de um léxico de cunho emotivo (com grande número de descrições para *fazer sentir*), quanto em imagens coloridas que provocam um efeito visual atraente para o leitor:

Figura 6 - Capa do jornal Bem Estar de setembro de 2012



Fonte: Bem Estar (2012).

Figura 7 - Capa do jornal Bem Estar de junho de 2012



Fonte: Bem Estar (2012).

Tais capas, como no exemplo abaixo, apresentam um saber de credo espiritual que o enunciador acredita ser coletivo e compartilhado por toda a sociedade, ou seja, um olhar subjetivo que o sujeito lança sobre o mundo e sobre ele mesmo. São informações publicadas não de um saber formal/acadêmico, mas de valores e comportamentos que colocam o locutor numa posição de reflexão sobre os temas, de modo a aplicá-los a sua vida. Isso é notabilizado, por exemplo, na edição de número 08, de março de 2012:

Figura 8 - Capa do jornal Bem Estar de março de 2012



Fonte: Bem Estar (2012).

No caso do jornal Bem Estar, o uso desse saber espiritualista/religioso tem o potencial de provocar um efeito de verdade, uma vez atestada por informações compartilhadas, a fim de seduzir o leitor. Reconhecem-se aqui os movimentos individuais e coletivos de adesão a grandes sistemas de pensamentos ou a algumas narrativas do mundo que constituem o suporte de crenças religiosas, mágicas ou míticas. Em todos os casos, por meio desses enunciados, o sujeito acredita estar aderindo a uma verdade universal, a um mundo de evidências que o tranquiliza. Verifica-se isso na capa da edição 35, de agosto de 2011:

Figura 9 - Capa do Jornal Bem Estar de agosto de 2011



Fonte: Bem Estar (2011).

Com o intuito de captar o leitor e imprimir as marcas da restrição de emocionalidade, algumas capas trazem um artista consagrado (Figura 9) e a ideia da fé para despertar algum tipo de sentimento ou emoção no leitor. Dessa forma, o enunciador acredita despertar a atenção do leitor e aguçar a curiosidade dele para as matérias das notícias e o seu interesse na compra de produtos e serviços publicados, conforme capa apresentada no anexo B com exemplos de publicidade e propaganda.

A Figura 10 mostra, na parte inferior da capa, propagandas oferecendo produtos ou serviços. Trata-se de um jornal que tem uma lógica comercial como função fomentadora de bons negócios, divulgando trabalhos e conectando clientes com profissionais e instituições pela via da publicidade. A capa foi publicada na edição de agosto de 2011 e apresenta, de igual modo, as características do jornal e suas temáticas.

Figura 10 - Capa do Jornal Bem Estar de agosto de 2011



Fonte: Bem Estar (2011).

O jornal Bem Estar apresenta bom teor de informação por trazer diversas matérias que aguçam a curiosidade do leitor, mas não apresentam, em muitos textos publicados, as suas fontes de pesquisa. Para situar o leitor sobre essa informação, pesquisamos a origem dos textos com os devidos créditos de autoria e anexamos a esta pesquisa (conforme anexos D, F, H). Apesar da ausência dessas fontes, o Bem Estar, lugar em que se inscreve o ato de comunicação, atende às finalidades do contrato de informação midiático, ou seja, a instância midiática cumpre o papel de *fazer saber* ao cidadão o que está acontecendo em relação aos avanços da medicina e pesquisas sobre a saúde humana dentre outros assuntos.

Toda essa encenação discursiva que envolve os sujeitos no e pelo ato, só ganha sentido pelo contrato comunicacional ou contrato de fala que liga os parceiros através de uma finalidade discursiva. Entra aqui o contrato que implica, portanto, as condições de existência de dois sujeitos em relação de intersubjetividade, de convenções, normas e acordos que regulam a troca languageira e de saberes

partilhados, que compõem as circunstâncias de produção e interpretação do discurso.

É por meio destas condições que os parceiros da troca linguageira são possibilitados de se compreenderem, de se reconhecerem através de suas identidades discursivas, de reconhecerem a finalidade que o ato de linguagem tem para cada um deles, de entenderem o que constitui o propósito temático do ato, além de considerarem as circunstâncias materiais em que tal ato se realiza.

A credibilidade da informação veiculada está vinculada à posição social do informador, ao papel que desempenha na situação de troca, à representatividade que possui diante do grupo do qual é porta-voz e ao seu grau de comprometimento com o que diz.

As informações sobre ciência não aparecem com destaque nas capas, pois o locutor direciona a informação com o objetivo de fazer o leitor sentir-se atraído pela chamada principal da capa e pelo colorido da mesma. O recurso de usar temas espiritualistas como chamada principal dialoga com o lado emotivo do leitor e o faz querer conhecer o conteúdo que, estrategicamente, foi colocado para seduzi-lo. Nas próximas seções discorreremos de forma detalhada sobre esse contrato e o lugar da ciência nas reportagens.

O jornal Bem Estar, assim como qualquer outro jornal que circula na sociedade, traz em seus cadernos várias seções. Nele, as seções nem sempre são recorrentes e trazem conteúdos dentro da mesma linha temática da seção “Fique Alerta”: cuidados com a saúde física, espiritual e mental, tendo em vista a qualidade de vida.

Na seção “Editorial”, são abordados geralmente temas sobre como e onde está a felicidade das pessoas e de que forma é possível encontrá-la. Já a seção “Guia Saúde” explica como a atividade física e os alimentos saudáveis podem melhorar a saúde física e mental, enquanto a seção “Melhor Idade” apresenta algumas alternativas para o envelhecimento saudável.

A seção “Corpo e Mente” busca informar sobre como o porte físico está intimamente relacionado a desequilíbrios emocionais, espirituais e mentais, apontando alternativas de cura e bem estar. Com a seção “Sentidos”, os editores mostram que os *cheiros* ou *aromas* são responsáveis por nossas emoções e comportamentos diante de determinadas situações cotidianas, de modo que também interferem na nossa qualidade de vida.

A “Matéria de Capa”, de acordo com o próprio nome, é o lugar onde é apresentada a temática principal do jornal, sempre envolvendo a saúde e a emoção. A seção “Toques de Educação”, cujo tema é a criação de filhos, apresenta alternativas para um ambiente e convivência familiar saudável.

O “Guia Gastronômico” apresenta receitas alternativas para uma alimentação saudável aliada ao bem estar emocional. A “Agenda Positiva” incentiva os leitores a participar das programações culturais e de cursos para formação profissional ou alternativa. Já a seção “Morar Bem” fala sobre pequenas mudanças no ambiente domiciliar que podem, segundo os editores, ajudar ou influenciar na realização de projetos que ajudarão a ter qualidade de vida.

Por fim, a seção “Fique Alerta” destaca a importância de cuidados com a saúde humana e os avanços da medicina para melhoria da qualidade de vida e para o bem estar físico e mental. Essa seção, apesar de recorrente, não tem um lugar fixo no jornal, do ponto de vista de diagramação no suporte; então, pode vir antes ou depois da “Matéria de Capa”.

Como o próprio nome apresenta, a seção “Fique Alerta” tem como objetivo levar ao leitor informações que despertem “sentimentos” ou “emoções” sobre hábitos que prejudicam a saúde e, conseqüentemente, a qualidade de vida. São textos que recomendam ao leitor pensar sobre os maus hábitos em relação a sua saúde, os quais prejudicam a qualidade de vida, como por exemplo, a dependência de cigarro por conta do aumento de substâncias que nele são colocados no ato de sua fabricação ou o alto consumo de adoçantes em bebidas light ou diet.

Para dar seguimento à análise e de modo a facilitar o acompanhamento, os textos *Cigarros mais viciantes ainda!*, *Exame perigoso* e *Cuidados com os adoçantes* foram transcritos no corpo desta pesquisa, visando a um acompanhamento mais direto da visualização dos excertos que estão devidamente marcados. Lembramos que foram preservadas as características originais dos textos no que diz respeito à centralização do título e à divisão de parágrafos.

Os textos das notícias do jornal Bem Estar fazem parte da seção *Fique Alerta* do referido jornal. Eles trazem informações sobre os cuidados que devem ser tomados em relação ao uso de aparelhos, medicamentos, substâncias ou vícios que prejudicam a saúde humana.

Salientamos que no período de seleção das notícias foi realizada uma investigação para descobrir a fonte dos textos publicados, já que essas reportagens

no jornal Bem Estar não apresentavam autoria e fonte. Feita a investigação, descobrimos que os três textos se encontram originalmente publicados em mídias eletrônicas, dois desses textos são de reportagens científicas e um foi transcrito na íntegra para a matéria.

Nesse momento, vale sinalizar a questão da falta da autoria e fonte dos textos. Para tanto, o Código Penal²⁰ tem uma sessão que trata especialmente dos Crimes Contra a Propriedade Intelectual. Quem produz algo é autor e dono daquela produção, qualquer coisa escrita, dirigida, produzida por alguém é de sua propriedade, isso é a propriedade intelectual. Copiar essas ideias sem a permissão do autor é crime, pois isso configura uma forma de roubo e roubar ideias é plágio e isso é crime. Na página 120 retomaremos esse assunto para deixar claro que esta pesquisa é acadêmica e por isso temos que levar esse fato em consideração neste texto.

A notícia *Exame perigoso* foi adaptada de uma publicação da Folha de São Paulo²¹, suporte de onde se origina também o texto *Cuidados com os adoçantes*²². Já o texto *Cigarros mais viciantes ainda!* foi retirado de O Globo²³. Informamos que todos os textos, originais e reescritos, encontram-se nos anexos (C, D, E, F, G e H) para fins de informação.

4.1 Análise da notícia *Cigarros mais viciantes ainda!*

A seguir, inicia-se a análise do texto 1, *Cigarros mais viciantes ainda!*. Lembramos que apresentamos o texto segmentado e numerado para facilitar o acompanhamento da análise.

(1) Cigarros mais viciantes ainda!

(2) Estudos Mostram Os Sofisticados Artifícios Da Indústria do Tabaco.

(3) Se você ainda é fumante, saiba que o nível de nicotina dos cigarros atuais é o mesmo, mas artifícios vêm sendo usados para levar mais da substância aos pulmões.

²⁰Disponível em: < <http://www.xn--portaleducao-dcb9c.com.br/direito/artigos/50044/o-crime-de-plagio>> Acesso em: 05 out. 2015.

²¹Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/saudeciencia/110098-tomografia-eleva-o-risco-de-cancer-em-criancas-e-jovens.shtml>>. Acesso em: 30 mai. 2015.

²²Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/equilibrio/eq0607200606.htm>>. Acesso em: 30 mai. 2015.

²³Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/saude/dois-estudos-mostram-os-artifcios-da-industria-para-tornar-os-cigarros-mais-viciantes-11470781>>. Acesso em: 30 mai. 2015.

- (4) Assim, os cigarros atuais aumentam as chances de câncer de pulmão, DPCO e outras doenças, além de serem mais viciantes, apontam dois novos estudos americanos.
- (5) Um destes é o do “Office of the Surgeon General”, órgão do governo americano, que concluiu que os cigarros de hoje são mais viciantes do que os das décadas anteriores.
- (6) Não porque tenham mais nicotina, mas porque o seu design vem sendo aperfeiçoado com o objetivo de levar mais da substância aos pulmões.
- (7) A nicotina é o principal agente do cigarro e é considerada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) uma droga psicoativa que causa dependência.
- (8) Ao ser inalada, chega em poucos segundos ao cérebro e age no sistema nervoso central.
- (9) O relatório se baseou em documentos da indústria.
- (10) As táticas incluem projetar filtros e papéis para maximizar a ingestão da nicotina, além de adicionar produtos químicos, como a amônia, para aumentar a potência da substância inalada.
- (11) Cigarros com amônia liberam mais nicotina.
- (12) Outro estudo, da Universidade de Massachusetts, analisou marcas vendidas nos Estados Unidos entre 1998 e 2012.
- (13) Ele mostrou que embora a quantidade de nicotina tenha se estabilizado neste período, a capacidade do cigarro de levar a substância aos pulmões do fumante aumentou em até 15%.
- (14) Os cigarros ‘aperfeiçoados’ pela indústria têm o objetivo de provocar mais vício e, conseqüentemente, mais lucros, às custas da saúde do consumidor.
- (15) O investimento que se faz na tecnologia do produto é muito grande e ocorre há muito tempo.
- (16) O cigarro parece apenas uma porção de tabaco enrolado em papel, mas é mais sofisticado do que uma Ferrari - comenta Paula Johns, diretora-executiva da ONG ‘Aliança de Controle do Tabagismo’.
- (17) Segundo Paula, “não existe um cigarro menos perigoso”.
- (18) Ela cita estatísticas de que nove em cada dez pessoas que fumam se tornam dependente, uma proporção inversa ao álcool, e o maior índice de vício entre todas as drogas.
- (19) Bom, você já sabe de todos os malefícios e das más intenções desta indústria.
- (20) Então esforce-se e abandone o que te prejudica. (BEM ESTAR, 2014).

Considerando que são textos midiáticos, faz-se necessário compreender a forma como o sujeito organiza o discurso e as escolhas discursivas assumidas por ele neste domínio. Para identificarmos o contrato que rege este texto, observamos: a identidade dos interlocutores, o fim discursivo, a temática envolvida e a circunstância de comunicação.

Percebemos que as informações divulgadas visam a uma audiência específica, pois esse público é composto majoritariamente por pessoas que terão condições financeiras de pagar pela aquisição dos produtos e serviços ali publicados. Isso se dá porque, segundo a lógica comercial de distribuição dos exemplares, o jornal é entregue em locais diferenciados e distribuídos para pessoas

específicas, além de ser colecionável, segundo informação dada pelos seus editores.

Observamos que as capas são feitas para seduzir o olhar do leitor. Esse é, então, guiado a partir da combinação de duas finalidades – *fazer saber e fazer sentir*. Os produtores dotam a primeira página do jornal de atratividade suficiente para prender a atenção e fazer o leitor adquirir gratuitamente o exemplar. Ele se encontra geralmente em pilha ao lado do caixa de diversos estabelecimentos comerciais (restaurantes, farmácias, academias de ginástica, entre outros). Essas empresas divulgam sua propaganda no jornal ou simplesmente se colocam como ponto de distribuição. O jornal também pode ser acessado pela internet pelo site <http://www.jornalbemestar.com.br/>, embora esta versão não dê acesso a todas as informações que compõem o jornal impresso.

Iniciamos a análise com a condição de *identidade*, que se encontra por meio das respostas aos seguintes questionamentos: “Quem troca com quem?”, “Quem fala com quem?” ou “Quem se dirige a quem?”.

Dessa forma, encontramos os parceiros envolvidos na atividade divulgativa das reportagens. De um lado há uma instância de produção e de outro uma de recepção. Na primeira há um produtor que traz a ciência ao explicar um fenômeno ao tratar do tema saúde e que pressupomos ser um jornalista.

Do lado da recepção, há sujeitos com saberes em níveis diversos. Essa situação demonstra a contradição da dupla visada presente no contrato de comunicação midiático, visto que, de um lado, há um produtor textual que faz uso de estratégias de captação a fim de vender os produtos e serviços ali divulgados e, de outro, há um público que quer se informar. O enunciador quer sensibilizar seu leitor para as questões relacionadas à sua própria saúde e bem estar. Salientamos que as informações trazidas pela reportagem levam o leitor a agir de certa maneira, que, nesse caso, é não mais fumar, atendendo então ao um discurso promocional por meio da visada do fazer-fazer.

Na identidade dos parceiros do texto em análise, cabe observar o início do texto, em que ele se refere a um “você” que ainda estaria fumando. Podemos ver isso no excerto: **(3)** *Se você é ainda fumante. É um discurso direcionado aos fumantes e tem como objetivo levar o público - alvo a se informar sobre os malefícios do chamado cigarro aperfeiçoado e a tomar uma atitude sobre o assunto, ou seja, o enunciador incita a uma mudança de comportamento.*

Seguimos nossa análise com um dos elementos essenciais na constituição da expectativa da troca linguageira, que é a *finalidade*. Para Charaudeau (2013), o fim discursivo deve ser definido como a categoria que ordena o ato de linguagem em função de um objetivo, obrigando a instância de produção responder à seguinte pergunta: “estamos aqui para dizer o quê?”. A resposta ocorre por meio de visadas, porque, na comunicação, o objetivo dos parceiros é “fazer com que o outro seja incorporado à sua própria intencionalidade” (CHARAUDEAU, 2012, p. 69).

Lembramos que, nesta análise, conforme já descrito na fundamentação teórica, a condição de finalidade se encontra entre duas visadas, a de *fazer saber* e a de *fazer sentir*. É relevante ressaltar que, apesar de a visada de *fazer sentir*, ou seja, de captação, ser muito forte no discurso de informação, não seria permitido que essa fosse predominante em detrimento do *fazer saber*.

A notícia apresenta o fim discursivo de *fazer saber* quando informa sobre o perigo de usar os cigarros aperfeiçoados pela indústria tabagista por causa do aumento da dependência química pelo produto. O enunciador quer fazer o leitor agir – *fazer fazer* –, passando por um *fazer saber* através dos dados científicos apresentados na matéria, a fim de que o interlocutor acredite e tenha mudança de atitude.

Podemos observar que a notícia apresenta uma informação (*fazer saber*), base para a orientação argumentativa do texto, que é de *fazer fazer*, visada que encerra o texto. Essa orientação argumentativa com base no *fazer fazer* pode ser considerada se entendermos o porquê do enunciador apresentar dados de pesquisas e vozes de especialistas, que visam persuadir o leitor com vistas a uma mudança de comportamento.

O enunciador incita ao *fazer*, pois ele não possui nenhum poder de sanção, ou seja, ele não pode obrigar o leitor a parar de fumar. Resta-lhe sugerir, conforme verificamos no excerto **(19)** *Bom, você já sabe de todos os malefícios e das más intenções desta indústria* e **(20)** *Então esforce-se e abandone o que te prejudica*. Há a impossibilidade de prescrever. Por isso, o enunciador vê a necessidade de informar, a fim de fazer o interlocutor acreditar (por persuasão ou sedução) que este será o beneficiário de seu próprio ato o *tu* está, então, em posição de “dever acreditar” que, se assim agir, será para o seu próprio bem. Já a instância receptora encontra-se na posição de “dever saber” sobre os hábitos saudáveis que deve ter em prol da saúde e da qualidade de vida.

Como um texto inserido no domínio midiático, verificamos a finalidade de *fazer sentir*, mesmo que em menor proporção. Isso ocorre quando o enunciador recorre às estratégias de encenação da informação direcionada para um público que já possui dependência ao cigarro. É possível observar isso no título e no início da notícia, em que se verificam estratégias para captar o leitor, instigando-o à leitura completa do texto.

(1) Cigarros mais viciantes ainda!

(2) Estudos Mostram Os Sofisticados Artíficos Da Indústria do Tabaco.

(3) Se você ainda é fumante, saiba que o nível de nicotina dos cigarros atuais é o mesmo, mas artifícios vêm sendo usados para levar mais da substância aos pulmões.

A visada de captação é característica do ato de linguagem na mídia pelo qual o enunciador deve levar alguém a *fazer sentir*. Como não pode forçar o leitor a tal procedimento de *fazer fazer*, a sua única opção é incitar, sugerir, *fazer crer* que seu destinatário deve, pois, agir de determinada maneira e, para isso, o jornalista se serve de outras vozes para convencer o leitor, conforme exemplos abaixo:

(2) Estudos Mostram Os Sofisticados Artíficos Da Indústria do Tabaco.

[...]

(4) Assim, os cigarros atuais aumentam as chances de câncer de pulmão, DPCO e outras doenças, além de serem mais viciantes, apontam dois novos estudos americanos.

(5) Um destes é o do “Office of the Surgeon General”, órgão do governo americano, que concluiu que os cigarros de hoje são mais viciantes do que os das décadas anteriores.

[...]

(9) O relatório se baseou em documentos da indústria.

[...]

(12) Outro estudo, da Universidade de Massachusetts, analisou marcas vendidas nos Estados Unidos entre 1998 e 2012.

(13) Ele mostrou que embora a quantidade de nicotina tenha se estabilizado neste período, a capacidade do cigarro de levar a substância aos pulmões do fumante aumentou em até 15%.

[...]

(16) O cigarro parece apenas uma porção de tabaco enrolado em papel, mas é mais sofisticado do que uma Ferrari - comenta Paula Johns, diretora-executiva da ONG ‘Aliança de Controle do Tabagismo’.

(17) Segundo Paula, “não existe um cigarro menos perigoso”.

(18) Ela cita estatísticas de que nove em cada dez pessoas que fumam se tornam dependente, uma proporção inversa ao álcool, e o maior índice de vício entre todas as drogas. (MILHORANCE, 2014, p. 4).

O enunciador utiliza-se de outros recursos para captar o leitor e, para isso, usa marcas linguísticas como pistas, por exemplo: o uso de exclamação *em (1) Cigarros mais viciantes ainda!*, que aparece no título com o objetivo de chamar a atenção do leitor e demonstrar certa surpresa, indignação ou susto pelo fato de o cigarro estar sendo alterado sem que o fumante fosse informado disso.

Podemos perceber que, em um dos segmentos da notícia, foi usada estrategicamente a conjunção *mas*, dando uma ideia de contraste entre os dois segmentos, ou seja, o enunciador informa inicialmente ao fumante/leitor que a quantidade de nicotina não se alterou em relação ao nível que apresentava antes; logo, o leitor não precisaria se preocupar. No entanto, orientando argumentativamente o texto para o problema que ele anuncia, após o conector mas, informa que houve uma modificação significativa.

É um recurso que marca a orientação argumentativa do texto e pode propiciar ao leitor, além da informação, pensar em mudar de hábito. Segue o excerto para entendimento do texto: **(3)** *Se você ainda é fumante, saiba que o nível de nicotina dos cigarros atuais é o mesmo, mas artifícios vêm sendo usados para levar mais da substância aos pulmões.*

Vemos também, no título *Cigarros mais viciantes ainda!*, a presença do operador argumentativo *ainda*, com a função de completar um enunciado pressuposto, ou seja, o enunciador marca que se refere àqueles que persistem em fumar, apesar dos males que isso causa. O enunciador também se serviu do léxico no subtítulo para captar o leitor sobre o que a indústria tabagística tem feito com o cigarro, **(2)** *Estudos Mostram Os Sofisticados Artifícios Da Indústria do Tabaco*, e assim seduzi-lo à leitura completa do texto.

Observamos que no contrato midiático, quanto mais o locutor-jornalista identifica o responsável pela informação mais credibilidade ele atrai para o texto. Para dar conta disso, o enunciador faz uso marcadores de quadros mediadores ou de fontes de saber para indicar um distanciamento em relação à informação apresentada, dando voz e vez aos especialistas e institutos, demonstrando, com isso, seriedade à informação, como no segmento: **(17)** *Segundo Paula, “não existe um cigarro menos perigoso.”* A Paula Johns é diretora-executiva da ONG ‘Aliança de Controle do Tabagismo’.

Isso demonstra que a inserção das falas de um especialista e a informação sobre seu local de trabalho assumem o caráter de argumento de autoridade e de

competência para falar de ciência. Isso deixa claro que os interlocutores utilizam estratégias discursivas para assumir ou não a responsabilidade enunciativa de uma informação. É uma forma de levar o leitor a acreditar no que está sendo dito, provocando nele um posicionamento sobre o que ler.

Verifica-se com isso, também, a presença do discurso direto. No texto, o discurso direto é usado como forma de buscar efeito de objetividade para aquilo que o enunciador acredita ser importante trazer na voz do especialista. Para tanto, usa as aspas, que representam uma cópia fiel da fala da especialista, fazendo com que a informação tenha mais credibilidade: **(17)** Segundo Paula, “*não existe um cigarro menos perigoso*”.

Essas informações na notícia são tidas como argumentos que sustentam a visada de incitação para o leitor. Como o enunciador não tem a autoridade de um cientista por não ter legitimidade para tal, ele vem, por meio da voz da ciência, buscar influenciar o leitor. Por isso, é constante a fala de especialistas ou dados de instituições de pesquisas nessa organização discursiva de caráter informativo por estar munido de saberes específicos, saberes de conhecimento que podem, assim, contribuir, pois essas falas ajudam a corroborar com a finalidade do texto, que é a de trazer informações precisas e consistentes quando o assunto é ciência. Como nos excertos do texto:

(9) [...] O relatório se baseou em documentos da indústria.

[...]

(12) Outro estudo, da Universidade de Massachusetts, analisou marcas vendidas nos Estados Unidos entre 1998 e 2012.

(13) Ele mostrou que embora a quantidade de nicotina tenha se estabilizado neste período, a capacidade do cigarro de levar a substância aos pulmões do fumante aumentou em até 15%.

[...]

(18) [...] Ela cita estatísticas de que nove em cada dez pessoas que fumam se tornam dependente, uma proporção inversa ao álcool, e o maior índice de vício entre todas as drogas. (CIGARROS, 2014, p. 4).

Analisando a notícia e buscando pontuar como *tu* aparece, é possível dizer que o *tu* se encontra, então, na argumentação, em posição de dever *crer* para *fazer*. *Crer* no que dizem as pesquisas científicas e, assim, *fazer* para obter benefício pessoal.

Quanto ao *propósito*, para Charaudeau (2013), é a condição que necessita que todo ato de comunicação ocorra através de um “domínio de saber” e se forma por meio da resposta ao questionamento: “Do que se trata?”. Os temas abordados

nas notícias demonstram que, a partir de um objeto de saber relacionado ao científico, se elabora uma explicação menos especializada do que a do domínio de conhecimento a que deveria pertencer.

Nesta análise, vimos os efeitos de sentidos que uma mensagem midiática gera, a partir da sua própria lógica discursiva. Portanto, não há como ignorar que as "mensagens científicas" veiculadas pela mídia dependem necessariamente de seu contexto enunciativo, isto é, do fato de estarem articuladas a uma cadeia de significantes midiáticos.

Na notícia *Cigarros mais viciantes ainda!*, o texto apresenta características de um discurso de divulgação científica usando as estratégias desse tipo de discurso para falar de saúde e problemas que podem afetar a vida do leitor. Por essa razão, converteu-se em um objeto de saber uma vez que trouxe informações de cunho científico direcionadas para a ação cidadã.

Considerando o critério *circunstância*, é necessário que o ato de comunicação se realize de uma forma particular, conforme as condições em que se desenvolve. É formado por meio das respostas dadas aos seguintes questionamentos: "Em que ambiente se inscreve o ato de comunicação, que lugares físicos são ocupados pelos parceiros, que canal de transmissão é utilizado?". Por isso, todo ato de comunicação acontece em um ambiente físico que estabelece restrições para a ocorrência do mesmo.

Essa condição de circunstancia é, também, a responsável pelas variantes no contrato de comunicação. O ambiente físico na qual o ato de comunicação se estabelece para essa pesquisa é o jornal Bem Estar, que publica as reportagens sobre saúde na seção "Fique Alerta".

Figura 11 - Capa do Jornal Bem Estar de março de 2015

Nosso BEM ESTAR

ANO 13 • Nº 135 • MARÇO 2015 • 20.000 EXEMPLARES • (51) 3026.7515 • www.jornalbemestar.com.br **distribuição gratuita**

FELICIDADE
Em busca de um contentamento mais consciente e duradouro

AO NATURAL
Estudos confirmam: contato com a natureza é terapêutico!

MULHERES
Unidas para resgatar o poder ancestral do Sagrado Feminino

Por um nascer melhor e mais **humano**

Movimentos de revalorização do nascimento crescem em todo o mundo e já alcançam vitórias significativas a favor do pleno direito de escolha da mulher e de uma assistência centrada no respeito à fisiologia do corpo feminino.

Retribuir faz bem pra vida!

Dê preferência aos anunciantes do BEM ESTAR, são eles que possibilitam que o jornal seja entregue a você gratuitamente. **AJUDE A TEÇER A REDE DO SEM!**

Fonte: Bem estar (2015).

Seguindo na análise, consideraremos a postulação de Charaudeau (2013), para quem a notícia deve assumir um posicionamento distanciado e global com relação à informação e também questionar sobre o fato abordado. O teórico destaca que é por esse motivo que nela costuma se encontrar diversos recursos, a fim de suprir a necessidade de credibilidade da informação e, ao mesmo tempo, seduzir.

Segundo o autor, um desses recursos está no início da notícia na qual percebemos que o título **(1) Cigarros mais viciantes ainda!** é um enunciado que se abre para o subtítulo, que é o objeto que complementa a proposição dada **(2) Estudos mostram os sofisticados artifícios da indústria do tabaco.**

O outro recurso é o uso de outras vozes que são chamadas ao texto para confirmar fatos ou dados científicos. A presença do especialista evoca a credibilidade e a legitimidade – os jornais precisam disso, sejam impressos ou *online*, para poder emitir uma mensagem e persuadir o leitor.

Passamos agora a tratar da Responsabilidade Enunciativa (RE), postulada por Adam (2011), que afirma que o grau de RE de uma proposição é suscetível de ser marcado por um grande número de unidades da língua. Ele considera que a RE propicia, na condição de estratégia linguística, a assunção ou não dos conteúdos proposicionais pelo locutor, evidenciando e concorrendo para uma orientação argumentativa eficaz.

Para tanto, o enunciador faz uso da seleção de expressões que estabelecem as conexões textuais, estabelecendo as relações argumentativas lógicas que buscam, em outras vozes, reforçar a argumentação. Podemos confirmar isso quando, no texto, o enunciador recorre a enunciados das fontes de pesquisas científicas para ratificar suas informações.

Lendo a notícia *Cigarros mais viciantes ainda!* na íntegra, podemos perceber claramente a intenção do enunciador em se manter à distância em relação ao que foi dito. Na ATD postulada por Adam (2011), esse recurso é chamado de marcador de responsabilidade enunciativa por caracterizar a materialidade textual. Vejamos os exemplos:

(2) Estudos Mostram Os Sofisticados Artifícios Da Indústria do Tabaco.

(3) Se você ainda é fumante, saiba que o nível de nicotina dos cigarros atuais é o mesmo.

[...]

(13) Ele mostrou que embora a quantidade de nicotina tenha se estabilizado

[...]

(17) [...] “Segundo Paula, ‘não existe um cigarro menos perigoso”.

(18) Ela cita que de que nove em cada dez pessoas que fumam se tornam dependentes [...].

A partir desses exemplos, percebemos que não houve o posicionamento do autor, nem a presença de sua voz, logo, não há assunção da RE pelo enunciador. Cabe ressaltar que cada tipo de discurso possui uma maneira particular de produzir seus efeitos de verdade e, como se trata de um texto inserido no domínio midiático, o enunciador irá utilizar essas estratégias para informar.

Esse é o tipo de discurso de informação midiático que tentar reconstruir a verdade, mas consegue somente produzir efeitos de verdade. Para falar desse efeito de verdade, é preciso entender um pouco da estratégia de legitimidade que está presente no papel do enunciador. Ela é externa ao sujeito falante e se origina do estatuto mais ou menos institucional do locutor. É a legitimidade que dá o poder de dizer.

O locutor utiliza-se, principalmente, da mediação epistêmica, colocando a RE sob a dependência de uma fonte do saber. Essa estratégia serve ao objetivo do texto, que é explicar o porquê de os cigarros estarem mais viciantes ainda e qual o objetivo das indústrias de tabaco em aperfeiçoá-los em consonância com a orientação argumentativa final que é o de incitar o abandono do cigarro.

Essa legitimidade geralmente é explicitada com a publicação do nome da empresa de comunicação, dos diretores do jornal, dos editores ou do jornalista. Encontram-se, nesse espaço, as estratégias que tendem a comprovar a habilidade do locutor em “saber dizer”. O jornal Bem Estar, por exemplo, se utiliza de diversos recursos, como imagens coloridas, fotos, dados, nomes de instituições e apresentação do saber de especialistas.

Como foi observado na análise, o jornal Bem Estar é um veículo de comunicação que tenta mostrar que oferece a informação de forma desinteressada. Essa noção de gratuidade altruísta é característica do discurso midiático, mas na verdade, visa atender a uma lógica comercial que tende a produzir um objeto de consumo para captar o leitor e sobreviver à concorrência.

Para passar a informação sobre saúde, em especial nessa notícia, o locutor orienta argumentativamente seu texto a partir das marcas deixadas. Essas marcas são destinadas a orientar o leitor e a guiar sua construção de sentido, ou seja, o processamento do discurso é estratégico, o autor deixa pistas no texto, orienta sua leitura repetindo, rotulando, explicando, especificando.

Fica claro, nessa análise, que o enunciador sabe quem é o seu repertório de leitores e, por isso, se vale de artifícios para instaurar o convencimento, utilizando-se do conhecimento de mundo do universo de seus possíveis leitores (ou supondo esses conhecimentos). Verificamos isso no exemplo citado abaixo:

(3) Se você ainda é fumante, saiba que o nível de nicotina dos cigarros atuais é o mesmo, mas artifícios vêm sendo usados para levar mais da substância aos pulmões.

Entendemos, conforme a retórica em Perelman (1987, p. 237), que argumentar também é observar para quem se destina o texto a fim de melhorar a sua eficácia, e para alcançar esse objetivo. Como explicitado anteriormente, organizadores textuais e os conectores delimitam unidades, abrindo ou fechando porções de texto que irão ajudar na construção do sentido do texto.

Charaudeau (2001, p. 28) diz que o ato de linguagem pode ser considerado uma interação composta por intencionalidades e regulada pelo princípio do jogo, ou seja, “joga-se um lance na expectativa de ganhar”. Ganhar, nesse sentido, corresponde ao fato de o sujeito falante atingir seus objetivos comunicativos. Para que isso aconteça, ele lança mão de algumas operações estratégicas que deixam marcas em seu enunciado.

Essas marcas são expressas pelas categorias da língua e pelos modos de organização do discurso. Podemos identificar essas marcas, por exemplo, no título **(1) Cigarros Mais Viciantes Ainda**, em que o enunciador utiliza-se de um operador argumentativo para completar um enunciado pressuposto. O enunciador parte da ideia que o tema já é conhecido do leitor e por isso utiliza-se desse artifício para reafirmar que o cigarro já é algo viciante e ficará mais ainda.

Outro exemplo está no excerto **(3) Se você ainda é fumante, saiba que [...]**. Nesse caso, o organizador textual exprime uma circunstância de condição ou implicação. O locutor, para atingir seu objetivo de fazer saber e fazer sentir apresentou a informação de forma objetiva para um público direcionado/específico que é o fumante. No quadro apresentado após essa análise, veremos as marcas que desempenham papéis importantes na orientação argumentativa do texto.

Ao realizarmos a leitura de um texto, sempre buscamos alcançar uma meta e, conseqüentemente, não interpretamos enunciados de forma aleatória; para que as frases de um texto tenham sentido para o interlocutor essas devem, necessariamente, explorar seu aspecto argumentativo.

O enunciador, para argumentar de forma eficaz no discurso, faz uso de operadores e conectores que orientam argumentativamente o texto. Esses operadores ou marcadores argumentativos (também conhecidos como articuladores textuais ou marcadores discursivos) são palavras responsáveis pela sinalização da argumentação. O leitor, muitas vezes, não tem consciência do valor argumentativo dessas marcas, logo não atribui sentido ao texto, perdendo com isso a eficiência na compreensão do discurso do outro.

De acordo com Koch (1992, p.30), aparecem vários “operadores argumentativos” em um texto, “para designar certos elementos da gramática de uma língua que têm por função indicar a força argumentativa dos enunciados, a direção (o sentido) para que apontam”. Esses conectores indicam que são responsáveis pela estruturação e orientação argumentativa dos enunciados no texto para que o leitor,

de posse da informação, chegue a uma conclusão - tanto a estabelecida pelo enunciador, quanto a construída a partir da sua leitura prévia de mundo.

Para fins de organização, nesse momento, vamos expor as questões sobre a Orientação Argumentativa (OA), relacionando as partes do texto aos fins discursivos: *fazer saber e fazer crer*. Para cumprir com o fim discursivo do *fazer saber* e do *fazer crer*, o enunciador faz conhecer as informações que os estudos trouxeram: **(2)** *Estudos mostram os sofisticados artifícios da indústria do tabaco; (4) [...] apontam dois novos estudos americanos; (12) Outro estudo, da Universidade de Massachusetts [...]*.

O enunciador, nesses momentos do texto, apresenta-se como relator, pois essas palavras expressam, dentro da RE, os modalizadores textuais, pois o que está exposto já foi dito por outras vozes traduzidas, nesse caso, pela voz do pesquisador e da ciência com suas pesquisas. Podemos observar essa orientação no decorrer de todo o texto e quando o enunciador, através desse procedimento, se utiliza de outras vozes para dar credibilidade ao texto.

Dando seguimento à análise, veremos alguns conectores argumentativos que associam as funções de segmentação, de responsabilidade enunciativa e de orientação argumentativa dos enunciados. O conector “mas” inicial orienta o texto para a novidade que deve interessar o leitor. Isso ocorre quando o enunciador mostra que segue uma consequência negativa: **(3)** *Se você ainda é fumante, saiba que o nível de nicotina dos cigarros atuais é o mesmo, mas artifícios vêm sendo usados para levar mais da substância aos pulmões. Esse conector liga o enunciado com a função de demonstrar o argumento mais forte usado pelo locutor para reconstruir o sentido do texto, conduzindo o leitor a uma ideia ou visão de mundo.*

No segmento **(4)** *Assim, os cigarros atuais aumentam as chances de câncer de pulmão, DPCO e outras doenças, além de serem mais viciantes [...]*, o locutor utilizou um conector que tem a função de introduzir consequência do que é dito, ou seja, visa ilustrar o que foi dito sobre o aumento dos artifícios que podem provocar câncer e aumentar o vício ao cigarro.

O uso do conector argumentativo *embora* no excerto **(13)** *Ele mostrou que embora a quantidade de nicotina tenha se estabilizado neste período, a capacidade do cigarro de levar a substância aos pulmões do fumante aumentou em até 15% [...]* marca que a proposição que trata da estabilização da quantidade de nicotina foi colocada em segundo plano, sendo um argumento fraco que vai ser suplementado

pelo argumento mais forte, que está na segunda oração. Assim, há uma orientação dos argumentos no sentido da tese que o enunciador quer provar, ou seja, a da periculosidade dos cigarros atuais.

No segmento **(19)** *Bom, você já sabe de todos os malefícios e das más intenções desta indústria [...]* destacamos o marcador²⁴ de estrutura de conversação *bom*, que exerce no texto a função de imprimir uma tonalidade enunciativa e interativa. É um marcador discursivo usado com a função de continuadores que operam para um “amarramento”²⁵ de porções textuais finalizando os textos. Isso vem ao encontro dos fins do Bem Estar, que deseja uma forte aproximação do leitor com o objetivo de marcar o “conselho” do *fazer fazer* com vistas a mudar seu comportamento.

No excerto final, o enunciador conclui o discurso incitando o leitor, escolhido no início do texto (3) **Se você ainda é fumante [...]**, a uma tomada de decisão: **(20) Então esforce-se e abandone o que te prejudica.** Percebe-se que há a finalização do raciocínio argumentativo do enunciador diante de todos os argumentos e implicações que as pesquisas trouxeram e por isso opta em concluir o texto com o conselho.

A fim de situar mais objetivamente o leitor nessa primeira análise, apresentaremos nos quadros abaixo, o Grau de Responsabilidade Enunciativa: as categorias e marcas linguísticas no Quadro 1 e, em seguida, o Quadro 2 com os organizadores, conectores e expressões encontradas no texto, bem como a justificativa pelo uso delas na reportagem *Cigarros mais viciantes ainda!*.

Quadro 2 - Grau de Responsabilidade Enunciativa: categorias e marcas linguísticas²⁶

ORDEM	CATEGORIA	MARCAS LINGUÍSTICAS
01	Índices de pessoas	você (3) ele (13) ela (18)

²⁴Denominado por Adam (2011, p. 188) de “marcador de estruturação da conversação”, tem como função dá qualidade interativa à enunciação.

²⁵Marcadores discursivos encontrados no livro Introdução à Linguística Textual de Koch (2013).

¹⁷Este modelo de quadro aqui apresentado segue a sugestão do quadro criado por Passegi e Rodrigues (2010, p. 300), disponível no capítulo 7 - *A análise textual dos discursos: para uma teoria da produção co(n) textual de sentido* - da obra referenciada.

03	Indicação de quadro mediador	Estudos apontam (2) Outro estudo (12) Segundo (17)
----	------------------------------	--

Fonte: A autora com base no quadro apresentado por Passegi e Rodrigues (2010, p. 300).

Quadro 3 - Relação de expressões e elementos de conexão textual encontrados no *corpus* de análise

TEXTO 01: CIGARROS MAIS VICIANTES AINDA!			
ELEMENTOS DE CONEXÃO TEXTUAL USADOS PARA ARGUMENTAÇÃO	Ainda (1)	Operador argumentativo com a função de completar um enunciado pressuposto. O enunciador parte da ideia que o tema já é conhecido do leitor.	(1) Cigarros mais viciantes ainda!
	Se (3)	Organizador que exprime uma circunstância de condição ou implicação. O locutor, para atingir seu objetivo de fazer saber e fazer sentir apresentou a informação de forma objetiva para um público específico que é o fumante.	(3) Se você ainda é fumante, saiba que [...].
	Mas (3)	Conector adversativo responsável pela orientação argumentativa ²⁷ do enunciado, ou seja, liga o enunciado com a função de demonstrar o argumento mais forte usado pelo locutor para reconstruir o sentido do texto conduzindo o leitor a uma ideia ou visão de mundo.	(3) mas artifícios vêm sendo usados para levar mais da substância aos pulmões [...].
	Assim (4)	Conector que exprime circunstância de valor complementar a sequência argumentativa. O locutor utilizou o conector para confirmar e ilustrar o que se disse antes.	(4) Assim, os cigarros atuais aumentam as chances de câncer de pulmão, DPCO e outras doenças [...].
	Não porque[...] [...] mas porque (6)	Orientador argumentativo: não porque indica uma explicação ou justificativa e o mas porque indica o uso de um argumento contrário e mais forte usado pelo enunciador. Percebe-se que aqui há duas marcas: [não...mas] e o porque (explicativo). Uma terceira: “com o objetivo de” (a fim de). Argumentos fortes para convencer o leitor de que o problema não está na nicotina, comum nos cigarros, mas no que estão fazendo para torná-lo mais	(6) Não porque tenham mais nicotina, mas porque o seu design vem sendo aperfeiçoado com o objetivo de [...].

²⁷De acordo com Koch (2013, p. 30), aparecem vários “operadores argumentativos” em um texto, “para designar certos elementos da gramática de uma língua que têm por função indicar a força argumentativa dos enunciados, a direção (o sentido) para que apontam”.

		viciante.	
	Mas (16)	Operador argumentativo com função adversativa que liga o enunciado com a função de mostrar o argumento mais forte usado pela especialista para mostrar que o cigarro não é um produto qualquer. A cientista usa de metáfora para comparar, é uma estratégia que, além de atrair o leitor para o texto, busca ajudá-lo a trazer a leitura de mundo ou prévia para atribuir sentido a informação.	(16) O cigarro parece apenas uma porção de tabaco enrolado em papel, mas é mais sofisticado do que uma Ferrari - comenta Paula Johns.
	Embora (13)	Conector contra-argumentativo que exprime circunstância de concessão. O enunciador faz uma ressalva, mostrando que o argumento introduzido por eles não predomina sobre o outro argumento.	(13) Ele mostrou que embora a quantidade de nicotina tenha se estabilizado neste período, a capacidade do cigarro de levar a substância aos pulmões do fumante aumentou em até 15%.
ELEMENTOS DE CONEXÃO TEXTUAL USADOS NA CONCLUSÃO	Bom, você já sabe[...] (19)Então (20)	Marcador ²⁸ de estrutura de conversação que exerce no texto o papel de imprimir uma tonalidade enunciativa e interativa. Marcadores discursivos usados com a função de continuadores que operam para um “amarramento ²⁹ ” de porções textuais finalizando os textos.	(19) Bom, você já sabe de todos os malefícios e das más intenções desta indústria. (20) Então esforce-se e abandone o que te prejudica.
EXPRES- SÕES DE CONEXÃO TEXTUAL	Apontam dois novos estudos (4)	Marcador de RE, verbo de atribuição de fala .Expressão usada para apresentar dados no discurso. Demonstrando o distanciamento do locutor do texto e dar seriedade a informação.	(4) Assim, os cigarros atuais aumentam as chances de câncer de pulmão, DPCO e outras doenças, além de serem mais viciantes, apontam dois novos estudos americanos.
	Outro estudo (12)	Marcador de RE. Expressão usada para apresentar outros dados ao discurso. Demonstrando o distanciamento do locutor no texto e dar credibilidade.	(12) Outro estudo, da Universidade de Massachusetts, analisou marcas vendidas nos Estados Unidos entre 1998 e 2012.
	Segundo (17)	Marcador de fonte de saber. Expressão conformativa usada pelo enunciador para apresentar a fala de alguém no discurso direto.	(17) Segundo Paula, “não existe um cigarro menos perigoso”.
	Cita estatísticas (18)	Marcador de RE, verbo de atribuição de fala. Expressão utilizada para apresentar dados no discurso direto. O locutor se distancia para apresentar argumentos pelos especialistas.	(18) Ela cita estatísticas de que nove em cada dez pessoas que fumam se tornam dependentes [...]

²⁸Denominado por Adam (2011, p. 188) de “marcador de estruturação da conversação”, Tem como função dá qualidade interativa à enunciação.

²⁹Marcadores discursivos encontrados no livro Introdução à Linguística Textual, de Koch (2013).

Fonte: A autora.

4.2 Análise da notícia *Exame perigoso*

Começamos esta segunda análise informando que esse texto foi copiado do site da Folha de São Paulo *on line*, sem que tenha havido uma adaptação pelo Bem Estar. A fonte também não foi citada nessa publicação pelo Bem Estar. Segue o texto analisado:

(1) Exame perigoso

(2) Estudo com 10,9 milhões de pessoas viu incidência de tumores cancerígenos 24% maior entre crianças e jovens submetidos aos exames de tomografia.

(3) Crianças e adolescentes que se submetem a tomografias computadorizadas (exame com nível de radiação maior do que um raio-X) têm risco 24% maior de desenvolver câncer do que aqueles que não fizeram o exame.

(4) É o que aponta o maior estudo já feito sobre o tema, com um grupo de 10,9 milhões de pessoas de até 19 anos da Austrália.

(5) O risco absoluto de câncer, porém, permanece baixo.

(6) Em um grupo de 10 mil jovens, espera-se que 39 casos de câncer ocorram em dez anos.

(7) Se cada um deles fizesse uma tomografia, sete casos a mais apareceriam.

(8) A preocupação com as crianças é maior porque seus tecidos ainda estão em formação, o que as torna mais suscetíveis às doses de radiação.

(9) A chance delas repetirem o exame e acumularem os efeitos danosos ao longo da vida também é grande.

(10) O estudo mostra um risco aumentado para tumores sólidos (de cérebro, pele, tireóide, trato urinário, órgãos digestivos etc.), leucemia e outros cânceres linfóides, em especial quando a exposição à radiação aconteceu antes dos cinco anos de idade.

(11) Segundo Liza Suzuki, radiologista do Hospital Infantil Sabará, SP, campanhas internacionais e protocolos já sugerem a redução da radiação para crianças. Existe inclusive o plano de criar uma "carteira da radiação", nos moldes da de vacinação, para anotar os exames aos quais a criança foi submetida.

(12) Marcos Menezes, coordenador do Centro de Diagnósticos do Hospital Sírio-Libanês, afirma também que os tomógrafos modernos podem ter uma dose de radiação 16 vezes menor que a padrão.

(13) O consenso é de que a indicação do exame tem que ser precisa para evitar radiação desnecessária.

(14) "É preciso ter bom senso dos dois lados. Há pais que insistem para que os filhos façam exames mesmo quando o médico acha que não é indicado, e há médicos com a sensação de que os exames resolvem tudo", diz Suzuki.

(15) Já a população deveria pedir por escrito a dose de radiação a que foi submetida e se conscientizar de que exames demais (e desnecessários) faz mal à saúde. (VERSOLATO, 2013).

Conforme os aportes teóricos apresentados anteriormente, a DC é entendida, de modo genérico, como uma atividade de difusão, dirigida para fora de seu contexto originário, de conhecimentos científicos produzidos e circulantes no interior

de uma comunidade de limites restritos, mobilizando diferentes recursos, técnicas e processos para a veiculação das informações científicas e tecnológicas ao público em geral.

Para entender esse contexto, relembremos o que já foi escrito sobre os discursos que sempre são transmitidos a alguém. Para Charaudeau (2013, p.39),

“Comunicar, informar, tudo é escolha. Não somente escolha de conteúdos a transmitir, não somente escolha das formas adequadas para estar de acordo com as normas do bem falar e ter clareza, mas escolha de efeitos de sentido para influenciar o outro, isto é, no fim das contas, escolha de *estratégias discursivas*. [...]”

Podemos constatar que o texto *Exame perigoso* apresenta o fim discursivo de *fazer saber* (informar) sobre os resultados de uma pesquisa científica da área da saúde para que o leitor saiba que exames de tomografia realizados com certa frequência, principalmente entre crianças e adolescentes, podem causar câncer devido ao número maior de exposição à radiação.

Como já foi descrito na análise anterior, a visada da informação diz respeito a *fazer saber* ao cidadão o que ocorreu ou está ocorrendo na sociedade. Assim como os textos de DC do contrato midiático, o texto em análise apresenta a finalidade de levar a informação ao cidadão não especializado. A instância midiática busca realizá-la por meio da descrição narração, a fim de contar os fatos do mundo, e através da explicação, com o intuito de explanar ao destinatário as causas e consequências do acontecimento.

Geralmente em um texto que traz informações sobre ciência, o leitor é guiado por um movimento de leitura que o faça entender o que está escrito. Esse *fazer saber* ocorre no texto *Exame perigoso* quando o produtor textual divulga os resultados de uma pesquisa sobre o perigo de fazer exame com o aparelho de tomografia várias vezes e os danos que isso pode causar na saúde das pessoas. É um texto que traz percepções e concepções que serão compartilhadas, por acreditar que são verdadeiras, com outros membros na sociedade. Isso possibilita a construção de sentidos e participação ativa no processo comunicativo.

Por estar inserido em um contrato de comunicação midiático, o texto *Exame perigoso* apresenta, também, a finalidade do *fazer sentir*. A ocorrência dessa finalidade encontra-se no título da notícia, **(1) Exame perigoso**, que chama a atenção pelo fato de trazer a palavra “perigoso”. Essa foi uma estratégia usada com vistas a

captar o interesse do leitor através do primeiro olhar sobre a matéria e motivá-lo a ler todo o texto.

Já o subtítulo, **(2)** *Estudo com 10,9 milhões de pessoas viu incidência de tumores cancerígenos 24% maior entre crianças e jovens submetidos aos exames de tomografia*, apresenta-se como uma prévia do assunto e busca captar a atenção do leitor com o objetivo de seduzi-lo para leitura completa do texto por apresentar o resultado de uma pesquisa. Vimos aqui que título e subtítulo constituem a primeira unidade básica da notícia, que é apresentação do fato e da informação principal.

Note-se que a introdução é marcada por dados que trazem seriedade ao texto, pois apresenta a metodologia de estudo aproximando-se do discurso científico. Trata-se de um texto que traz informações da ciência e se inscreve no modo de organização descritivo, por isso, na notícia *Exame perigoso*, percebe-se, entre outras ocorrências, o procedimento linguístico de qualificar com detalhes e precisão.

São estudos realizados, conforme o subtítulo, com 10,9 milhões de pessoas e, desse total, 24% eram crianças e jovens submetidos a exames de tomografia. São dados relevantes para o público leitor, que indicam que uma parcela específica da sociedade está sendo submetida a esse tipo de exame sem nenhum controle aparente, o que pode trazer consequências ao longo dos anos, conforme os dados apresentados no excerto **(3)** *Crianças e adolescentes que se submetem a tomografias computadorizadas (exame com nível de radiação maior do que um raio-X) têm risco 24% maior de desenvolver câncer do que aqueles que não fizeram o exame*.

Essa estrutura inicial de organização textual pode ser encontrada tanto em texto científico quanto de DC. Lembrando que são apenas estruturas semelhantes, pois a DC se configura em um novo discurso, com características e finalidades próprias em que a mudança de interlocutor, do veículo de transmissão e do fim discursivo influenciam as estratégias de produção e leitura do texto. A DC se caracteriza por apresentar as seguintes etapas de produção: título, subtítulo, lead, detalhamento (métodos da pesquisa, resultados, discussão dos resultados), comentário.

Os segmentos **(3)** e **(4)** representam, dentro da estrutura da DC e do contrato midiático, o *lead*. Ele corresponde à parte da organização textual em que se busca situar o leitor no contexto em que o estudo está inserido, ao apresentar o resultado

principal da pesquisa, conforme excerto **(3)**: *Crianças e adolescentes que se submetem a tomografias computadorizadas (exame com nível de radiação maior do que um raio-X) têm risco 24% maior de desenvolver câncer do que aqueles que não fizeram o exame.*

Observamos que no segmento **(4)** - *É o que aponta o maior estudo já feito sobre o tema, com um grupo de 10,9 milhões de pessoas de até 19 anos da Austrália [...]* - não é apresentada informação sobre o nome da instituição que realizou a pesquisa, apenas é dito que é o maior estudo e cita o local realizado. Essas informações trazidas nos segmentos dentro da organização textual inicial são relevantes, pois procuram despertar a curiosidade do leitor, fazendo-o querer ler o texto até o final.

Percebemos que o detalhamento das informações acontece no decorrer do texto, sobre a discussão dos resultados, até chegar à conclusão no segmento de número **(5)** *O risco absoluto de câncer, porém, permanece baixo.* O enunciador traz a novidade sobre a pesquisa realizada, para isso usa um conector argumentativo de restrição, **porém**, para demonstrar que o risco de ter câncer, apesar dos resultados, ainda é baixo. Essa informação é colocada em segundo plano, contrastando com o conteúdo da informação do seguimento anterior, **(4)** *É o que aponta o maior estudo já feito sobre o tema, com um grupo de 10,9 milhões de pessoas de até 19 anos da Austrália.* O leitor, então, é guiado para outras informações que o estudo aponta sobre o câncer em crianças e jovens e o cuidado que todas as pessoas devem ter ao realizar a tomografia.

Os segmentos de **(6)** a **(9)** compõem os resultados e discussão que são próprios do discurso científico:

(6) Em um grupo de 10 mil jovens, espera-se que 39 casos de câncer ocorram em dez anos; **(7)** Se cada um deles fizesse uma tomografia, sete casos a mais apareceriam; **(8)** A preocupação com as crianças é maior porque seus tecidos ainda estão em formação, o que as torna mais suscetíveis às doses de radiação e **(9)** A chance delas repetirem o exame e acumularem os efeitos danosos ao longo da vida também é grande.

Observamos que o texto segue tematizando os casos de cânceres possíveis e não sobre o fato de o risco absoluto de câncer ser baixo. Em texto científico é comum os resultados virem acompanhados de breves comentários, como foi visto

acima nos excertos (8) e (9). São as vozes dos especialistas trazidas pelo enunciador para dar seriedade às informações e credibilidade ao texto.

O enunciador volta a situar o leitor no contexto em que foram realizados os estudos, trazendo outras vozes para comentar com detalhes e qualificar. Isso faz parte do contrato midiático que poderia ter interferido na credibilidade sobre os dados se o enunciador não apresentasse, no decorrer do texto, outras fontes aceitáveis. Dessa vez, apresentou comentários feitos por pesquisadores de instituições brasileiras para confirmar o que os estudos australianos informaram sobre o perigo da radiação. Conforme os segmentos abaixo:

- (11) Segundo Liza Suzuki, radiologista do Hospital Infantil Sabará, SP, campanhas internacionais e protocolos já sugerem a redução da radiação para crianças. Existe inclusive o plano de criar uma "carteira da radiação", nos moldes da de vacinação, para anotar os exames aos quais a criança foi submetida.
- (12) Marcos Menezes, coordenador do Centro de Diagnósticos do Hospital Sírio-Libanês, afirma também que os tomógrafos modernos podem ter uma dose de radiação 16 vezes menor que a padrão.
- (13) O consenso é de que a indicação do exame tem que ser precisa para evitar radiação desnecessária.

No contrato midiático o locutor sempre traz outras vozes para atrair mais credibilidade para o texto. Por isso, nessa notícia, o enunciador se utiliza desse recurso para mostrar seriedade nas informações, e assim captar seu público.

O enunciador entra, na conclusão do texto, levando em consideração as palavras dos especialistas e os resultados da pesquisa sobre o assunto. Assume um ponto de vista que é marcado por um organizador argumentativo, **já**, para dar ênfase ao que está sendo dito pelo mesmo. Por isso, no segmento (15) **Já a população deveria pedir por escrito a dose de radiação a que foi submetida e se conscientizar de que exames demais (e desnecessários) faz mal à saúde**, o jornalista baseado nas considerações dos especialistas, faz uma advertência à população.

Essa conclusão teve como estratégia, comum em todo texto científico, distanciar o leitor dos resultados específicos e focou na importância da pesquisa para o cuidado que se deve ter ao realizar o exame de tomografia. O enunciador lança mão de uma estratégia de advertência à população quanto a ter mais responsabilidade sobre a sua saúde. O uso do adjetivo *desnecessário* demonstra a opinião do enunciador sobre a realização do exame em demasia e, por isso, pede que as pessoas solicitem informação sobre o nível de radiação durante o exame e,

ainda, se informem sobre os perigos que correm ao fazer esse procedimento em excesso.

O texto da seção Fique Alerta do Bem Estar tem um destinatário específico e que é, em tese, um sujeito não especializado. Assim, justifica-se a utilização de vários recursos formais e discursivos pelo enunciador, que visam ao efeito de facilitar a compreensão e sentido dos textos. Os textos de DC tendem a empregar um léxico mais próximo do leitor e não o termo em si. Observamos que, no texto *Exame perigoso*, há presença dessas escolhas lexicais feitas pelo enunciador. Certamente essas escolhas foram realizadas de acordo com a familiaridade que o leitor deve ter com essas palavras: **(10)** *Tumores cancerígenos, Tumores sólidos, Leucemia e Cânceres Linfóides*.

Para cumprir com o fim discursivo de *fazer saber* o resultado de uma pesquisa científica, o enunciador apresenta palavras que o colocam no papel de relator dos resultados, a exemplo dos excertos **(2)** *Estudo com [...]*, **(4)** *É o que aponta [...]* e **(10)** *O estudo mostra*. Em outras palavras, revela-se como um mecanismo de compatibilização de linguagem entre o produtor do texto e o provável leitor.

As escolhas discursivas assumidas pelo enunciador são itens obrigatórios que caracterizam a troca languageira na situação de comunicação à qual o discurso está ligado. Para isso levaremos em consideração as características do contrato de comunicação: a identidade, a finalidade, o propósito e a circunstância.

No caso dessa notícia, a fim de verificar a *identidade* dos parceiros, fazem-se as perguntas: “Quem troca com quem?” “Quem fala com quem?” ou “Quem se dirige a quem?”. Há presença de uma instância de produção e outra de recepção. A primeira pretende informar (*fazer saber*) sobre os perigos de fazer exames de tomografia rotineiramente, e uma instância de recepção que precisa saber (*dever saber*) que há o perigo eminente, comprovado através de dados e estudos, de desenvolver câncer se fizer/repetir várias vezes a tomografia.

Mas essa informação não é dada de forma altruísta; pelo contrário, o leitor é seduzido para comprar ou usufruir dos serviços publicados no jornal, cuja publicidade gira em torno de serviços de saúde. Isso atende a lógica comercial própria do contrato midiático. Conforme Charaudeau (2013, p. 86), tal comunicação produz um determinado objeto de informação, explicação ou entretenimento dentro

de uma lógica cívica: informar/explicar/entreter o cidadão e produzir objeto de consumo.

O enunciador apresenta informações para todos os interessados sobre o assunto, mas toca principalmente àqueles leitores que têm ou conhecem crianças e jovens que precisam fazer esse exame regularmente e precisam tomar mais cuidado ao realizá-lo. Vejamos os dados apresentados nos excertos abaixo:

- (1) Crianças e adolescentes que se submetem a tomografias computadorizadas (exame com nível de radiação maior do que um raio-X) têm risco 24% maior de desenvolver câncer do que aqueles que não fizeram o exame.
- (2) É o que aponta o maior estudo já feito sobre o tema, com um grupo de 10,9 milhões de pessoas de até 19 anos da Austrália.
- (3) Em um grupo de 10 mil jovens, espera-se que 39 casos de câncer ocorram em dez anos.
- (4) Se cada um deles fizesse uma tomografia, sete casos a mais apareceriam

Observamos que a pesquisa tem como público-alvo às crianças e os jovens como público-alvo, enquanto o texto tem como objetivo levar informação aos pais sobre incidência da radiação. O enunciador apresenta essa pesquisa para que ocorra a mudança de comportamento dos pais e médicos em relação ao pedido e à realização do exame: **(14)** *É preciso ter bom senso dos dois lados. Há pais que insistem para que os filhos façam exames mesmo quando o médico acha que não é indicado, e há médicos com a sensação de que os exames resolvem tudo.*

Seguimos nossa análise com um dos elementos essenciais na constituição da expectativa da troca linguageira: a *finalidade*. É uma condição que, consoante Charaudeau (2013), necessita que todo ato de linguagem esteja sistematizado em função de um objetivo, obrigando a instância de produção a responder a seguinte pergunta: “estamos aqui para dizer o quê?”. A resposta ocorre por meio de visadas, porque na comunicação o objetivo dos parceiros é “fazer com que o outro seja incorporado à sua própria intencionalidade” (CHARAUDEAU, 2012, p. 69).

Conforme já descrito na fundamentação teórica, a condição de finalidade se encontra entre duas visadas, a de *fazer saber* e a de *fazer sentir*. Essa dupla finalidade do contrato de comunicação midiática também pode ser evidenciada nesse texto. Por um lado, atendendo à visada de informação, a notícia procura divulgar uma descoberta científica a um público não especializado, que precisa saber sobre os resultados das pesquisas, sobre o fato de que os exames realizados com o uso da tomografia causam câncer em crianças e jovens. Por outro lado,

observando a visada de captação, o texto *prima*, também, pela motivação do leitor para a leitura, por meio de um título chamativo quando usa a palavra “perigoso”, que será esclarecida no decorrer do texto.

Analisando a notícia e buscando pontuar como *tu* aparece, é possível dizer que o *tu* se encontra, então, em posição de *dever fazer* conforme apresentado no excerto (10) *Já a população deveria pedir por escrito a dose de radiação a que foi submetida e se conscientizar de que exames demais (e desnecessários) faz mal à saúde.*

Para que o leitor tenha saúde e possa melhorar a sua qualidade de vida, conforme preconiza o jornal Bem Estar, é necessário estar de posse dessa informação. Todo ato de linguagem precisa de um *propósito* e deve ocorrer em um domínio de saber, que corresponde a um recorte que se faz do mundo com vistas a aproximar o acontecimento midiático da realidade.

No caso da notícia, a temática escolhida foi o exame de tomografia e o perigo de fazê-lo repetidas vezes. Percebe-se que o tema está marcado com dados de uma pesquisa de relevância social. É um estudo realizado entre crianças e jovens (10,9 milhões de pessoas de até 19 anos) com o intuito de verificar a incidência de câncer. Logo, configura-se aqui que a mídia construiu um universo de discurso com a representação do que acontece no espaço público.

Como já explicitado, todo ato de comunicação acontece em um ambiente físico que estabelece restrições para sua ocorrência. Isso é o que Charaudeau (2013) chama de *circunstância*. Em se tratando dessa reportagem, a sua materialidade se encontra no suporte de distribuição, que é o jornal Bem Estar.

Observamos que, no contrato midiático, quanto mais o locutor/jornalista identifica o responsável pela informação, mais credibilidade ele atrai para o texto. Para dar conta disso, do ponto de vista da RE, o enunciador faz uso de marcadores de quadros mediadores ou de fontes de saber para indicar um distanciamento em relação à informação apresentada, dando voz e vez aos especialistas e institutos e demonstrando, com isso, a seriedade da informação.

Os comentários sobre a pesquisa são realizados por especialistas brasileiros. Acredita-se que isso se deva ao fato de, no início do texto, o enunciador não ter apresentado a fonte da pesquisa. Logo, a presença dos médicos agrega um juízo de valor ao texto, conforme os segmentos:

(11) Segundo Liza Suzuki, radiologista do Hospital Infantil Sabará, SP, campanhas internacionais e protocolos já sugerem a redução da radiação para crianças. Existe inclusive o plano de criar uma "carteira da radiação", nos moldes da de vacinação, para anotar os exames aos quais a criança foi submetida.

(12) Marcos Menezes, coordenador do Centro de Diagnósticos do Hospital Sírio-Libanês, afirma também que os tomógrafos modernos podem ter uma dose de radiação 16 vezes menor que a padrão.

Isso demonstra que a inserção das falas de um especialista e seu local de trabalho assume o caráter de argumento de autoridade e de competência para falar de ciência. Fica claro que os interlocutores utilizam estratégias discursivas para assumir ou não a responsabilidade enunciativa de uma informação. É uma forma de levar o leitor a acreditar no que está sendo dito, provocando nele um posicionamento sobre o que ler.

Verificamos com isso, também, a presença do discurso direto, que é usado como forma de buscar efeito de objetividade para aquilo que o enunciador acredita ser importante trazer na voz do especialista. Para tanto, usa as aspas, que representa uma cópia fiel da fala da especialista, fazendo com que a informação tenha mais credibilidade. Há também a retomada da autoria do discurso ao final da fala da médica, (*diz Suzuki*), e isso representa uma forma verbal de encaixe do discurso direto no discurso citante. Nos segmentos abaixo veremos essas ocorrências:

(11) Segundo Liza Suzuki, radiologista do Hospital Infantil Sabará, SP [...].

(14) [...] "É preciso ter bom senso dos dois lados. Há pais que insistem para que os filhos façam exames mesmo quando o médico acha que não é indicado, e há médicos com a sensação de que os exames resolvem tudo", diz Suzuki.

A forma usada para trazer os especialistas ao texto, através de citação com os nomes e local de trabalho, remete a uma prova de autenticidade sobre a informação. É baseada numa representação social de um grupo para garantir o que foi dito, são informações que, na reportagem, são tidas como argumentos que sustentam a visada de fazer saber para o leitor. Como o enunciador não tem a autoridade de um cientista por não ter legitimidade para tal, ele vem, por meio da voz da ciência, informar ao leitor.

Ao compartilhar o conhecimento, ora o enunciador apresenta outras vozes, ora apresenta dados de pesquisas ou estudos a fim de mostrar que o que está sendo dito é verdadeiro. O enunciador também se utiliza de pronomes pessoais - dele e dela -, e o possessivo - seu -, como marcadores de pessoas no texto para

justificar um posicionamento sobre para quem ou com quem foram realizadas as pesquisas apresentadas pelas vozes dos especialistas.

O enunciador, nesses momentos do texto, apresenta-se como relator, pois essas palavras expressam os modalizadores textuais e índices de pessoas (dentro da RE), nos quais o que está exposto já foi dito por outros (nesse caso, o pesquisador e a ciência com suas pesquisas).

Dando seguimento a análise, veremos alguns conectores argumentativos que associam as funções de segmentação, de responsabilidade enunciativa e de orientação argumentativa dos enunciados. Percebemos que em um dos segmentos da reportagem foi usado estrategicamente um operador argumentativo: **(5)** *O risco absoluto de câncer, porém, permanece baixo.* Esse “porém” aparece deslocado na frase, estabelecendo relação de contraposição ao conteúdo anterior:

(3) Crianças e adolescentes que se submetem a tomografias computadorizadas (exame com nível de radiação maior do que um raio - X) têm risco 24% maior de desenvolver câncer do que aqueles que não fizeram o exame.

(4) É o que aponta o maior estudo já feito sobre o tema, com um grupo de 10,9 milhões de pessoas de até 19 anos da Austrália.

(5) O risco absoluto de câncer, porém, permanece baixo [...].

Considerando o que ele disse após o “porém”, que o risco de absoluto de câncer permanece baixo, poderia se esperar que o encadeamento do texto seguisse essa temática, mas não é o que acontece. As proposições seguintes mostram que a ênfase do texto está para os altos riscos e não para o que é dito na proposição articulada pelo “porém”, que fala de baixo risco:

(5) O risco absoluto de câncer, porém, permanece baixo.

(6) Em um grupo de 10 mil jovens, espera-se que 39 casos de câncer ocorram em dez anos.

O operador “porém” não apenas liga as sequências, ele imprime a orientação argumentativa e projeta o significado de maneira a tornar mais forte o argumento e leva o leitor do texto a adesão à ideia que está sendo defendida, que é a de altos riscos ao se realizar os exames.

Há no segmento **(7)** *Se cada um deles fizesse uma tomografia, sete casos a mais apareceriam*, o operador argumentativo **se**, que tem um papel implicativo, ou seja, o primeiro argumento sustenta o segundo. É um conector que coloca o argumento como hipotético real, pois está sendo usado como forma de levar o leitor

a aderir ao argumento do segmento anterior (6), desencadeando com isso uma relação de causalidade: *Se cada um deles [...] então, sete casos a mais apareceriam.*

Temos no segmento **(8)** *A preocupação com as crianças é maior porque seus tecidos **ainda** estão em formação, o que as torna mais suscetíveis às doses de radiação [...].* Temos o operador argumentativo **ainda**, que tem a função de completar um enunciado pressuposto somando argumentos a favor de uma mesma conclusão. Apareceu como uma estratégia argumentativa que serviu para contribuir para adesão do leitor a algo que não deveria ocorrer, ou seja, do perigo do uso da tomografia em crianças por seus tecidos estarem em formação.

Temos também a presença, nos segmentos **(4)** e **(10)**, do conector argumentativo **e**, com a função de somar argumentos que podem ser decisivos a favor de uma mesma conclusão: **(4)** *A chance de elas repetirem o exame e acumularem os efeitos danosos ao longo da vida também é grande;* **(10)** *Já a população deveria pedir por escrito a dose de radiação a que foi submetida e se conscientizar de que exames demais (e desnecessários) faz mal à saúde.*

A presença do conector argumentativo **já**, no segmento **(10)** *Já a população deveria pedir por escrito a dose de radiação a que foi submetida*, apresenta-se como um marcador de mudança de topicalização, ou seja, direciona a informação para o que vem a seguir que é *a população*, mas sustenta o efeito do argumento pretendido sobre a dosagem da radiação em qualquer pessoa, não só o público que foi pesquisado.

Para cumprir com o fim discursivo do *fazer saber*, o enunciador utilizou tempos verbais e conectores para indicar um quadro enunciativo. São porções de textos que não são assumidas pelo enunciador, mas que mantêm uma verdade assegurada por aquele que fala. É uma estratégia para apresentar as informações que os estudos trouxeram e assegurar a credibilidade, conforme apresentado nos excertos **(1)** *É o que aponta o maior estudo já feito sobre o tema [...]*, **(5)** *O estudo mostra um risco aumentado para tumores sólidos [...]*, **(14)** *Segundo Liza Suzuki [...]* e **(7)** *Afirma também que os tomógrafos modernos [...]*.

Os operadores argumentativos serviram como marcadores de subjetividade, com a função de orientar a sequência discursiva dos enunciados, levando o interlocutor à conclusão. Mostramos, a partir dessa análise, que nesses textos os operadores argumentativos são elementos linguísticos valiosos que fornecem

informações e, ao mesmo tempo, funcionam como instrumentos de orientação argumentativa para o leitor, evidenciando a força que eles transmitem dentro de um texto.

Concluimos a partir disso que, ao ler a notícia *Exame perigoso*, o leitor é obrigado a pôr em funcionamento um diferente tipo de compreensão mais discriminatória e organizada, que inclui operações de conexão entre as diferentes partes de uma exposição de subordinação e encaixe de argumentos e de reconstrução dos diferentes tipos de raciocínio para atribuir sentido ao texto.

A fim de complementar essa análise, apresentamos, nos quadros abaixo, as categorias selecionadas da RE e os elementos de conexão textual usados para orientação argumentativa, bem como as justificativas no uso dessas na notícia *Exame perigoso*:

Quadro 4 - Grau de Responsabilidade Enunciativa: categorias e marcas linguísticas³⁰

ORDEM	CATEGORIA	MARCAS LINGUÍSTICAS
01	Índices de pessoas	dele (7) dela (9) seu (10)
02	Indicação de quadro mediador	É o que aponta (1) O estudo mostra (5) Segundo (14) Afirma também que (7) diz Suzuki (29)

Fonte: A autora com base no quadro apresentado por Passegi e Rodrigues (2010, p. 300).

Quadro 5 - Relação de organizadores, expressões e elementos de conexão textual encontrados no *corpus* de análise

TEXTO 02: EXAME PERIGOSO			
	Porém	Operador argumentativo que estabelece relação de contraposição ao conteúdo anterior. Leva o leitor do texto a adesão da ideia que esta	(16) É o que aponta o maior estudo já feito sobre o tema, com um grupo de 10,9 milhões de pessoas de até 19 anos da Austrália.

²¹Este modelo de quadro aqui apresentado segue a sugestão do quadro criado por Passegi e Rodrigues (2010, p. 300-1), disponível no capítulo 7 - *A análise textual dos discursos: para uma teoria da produção co(n) textual de sentido* - da obra referenciada.

ORGANIZADORES ARGUMENTATIVOS ENCONTRADOS NO TEXTO		sendo defendida que é a de altos riscos de cancer ao se realizar os exames de tomografia.	(17) O risco absoluto de câncer, porém, permanece baixo.
	Se	Operador argumentativo que tem um papel implicativo que coloca o argumento como hipotético real, pois está sendo usado como forma de levar o leitor a aderir ao argumento do segmento anterior.	(7) Se cada um deles fizesse uma tomografia, sete casos a mais apareceriam.
	Ainda	Operador argumentativo com a função de completar um enunciado pressuposto somando argumentos a favor de uma mesma conclusão: O enunciador informa do perigo do uso da tomografia, principalmente, em crianças.	(1) A preocupação com as crianças é maior porque seus tecidos ainda estão em formação, o que as torna mais suscetíveis às doses de radiação.
	E	Operador argumentativo que soma argumento a favor de uma mesma conclusão.	(4) A chance de elas repetirem o exame e acumularem os efeitos danosos ao longo da vida também é grande. (10) Já a população deveria pedir por escrito a dose de radiação a que foi submetida e se conscientizar de que exames demais (e desnecessários) faz mal à saúde.
EXPRESSÕES DE CONEXÃO TEXTUAL E CONCLUSÃO	É o que aponta	Expressão usada para apresentar dados no discurso. Demonstra um distanciamento do locutor do texto e dar seriedade a informação.	(1) É o que aponta o maior estudo já feito sobre o tema, com um grupo de 10,9 milhões de pessoas de até 19 anos da Austrália
	O estudo mostra	Expressão usada para apresentar outros dados ao discurso. Demonstrando o distanciamento do locutor no texto e dar credibilidade.	(5) O estudo mostra um risco aumentado para tumores sólidos (de cérebro, pele, tireóide, trato urinário, órgãos digestivos etc.), leucemia e outros cânceres linfóides.
	Menor que	Operador que estabelece relação de comparação na medida em que a comparação se apresenta como uma estrutura que, do ponto de vista argumentativo, contém dois movimentos contrários e simultâneos.	(12) Marcos Menezes, coordenador do Centro de Diagnósticos do Hospital Sírio-Libanês, afirma também que os tomógrafos modernos podem ter uma dose de radiação 16 vezes menor que a padrão.
	Segundo	Marcador de fonte de saber. Expressão conformativa usada pelo enunciador para apresentar a fala de alguém no discurso direto.	(14) Segundo Liza Suzuki, radiologista do Hospital Infantil Sabará, SP.
	Afirma também que	Marcador de RE, verbo de atribuição de fala ou expressão utilizada para apresentar dados no discurso direto. O locutor se distancia para apresentar argumentos pelo especialista.	(7) Marcos Menezes, coordenador do Centro de Diagnósticos do Hospital Sírio-Libanês, afirma também que os tomógrafos modernos podem ter uma dose de radiação 16 vezes menor que a padrão.

	É preciso	Marcador discursivo de modalização usado com a função de continuador que operam para um "amarramento" ³¹ de porções textuais finalizando os textos.	(9) "É preciso ter bom senso dos dois lados".
	Já	Marcador de mudança de topicalização. Tem como função direciona a informação para o que vem a seguir que é <i>a população</i> .	(10) Já a população deveria pedir por escrito a dose de radiação a que foi submetida.

Fonte: A autora.

4.3 Análise da notícia *Cuidados com os adoçantes*

Conforme os aportes teóricos apresentados anteriormente, vimos que a divulgação científica é meio eficiente para disseminar o conhecimento científico, e que só com a difusão do conhecimento as pessoas terão condições de compreender e tomar decisões que de alguma forma irão afetar suas vidas. É dentro desse contexto que a notícia *Cuidados com os adoçantes* traz a informação científica sobre a atenção com o consumo diário de adoçantes, principalmente em bebidas e refrigerantes nomeados *diet* e *light*.

Inicia-se essa última análise, como nos textos anteriores, de acordo com o contrato midiático e, de igual modo, com a finalidade discursiva do fazer saber. Salientamos que o texto da notícia também é uma reescrita de outro texto, publicado anteriormente no Jornal Folha de São Paulo. Segue a notícia analisada:

(1) Cuidados com os adoçantes

(2) O consumo diário máximo de adoçantes tem norma internacional e deveria constar no rótulo de bebidas diet e light.

(3) Ao ingerir uma latinha de Sprite Zero, você já consumiu metade do que deveria em um dia.

(4) Se a latinha for de Guaraná Diet, Coca-Cola Light ou Fanta Light você já bebeu, aproximadamente, um terço do limite diário recomendado. Existem limites estabelecidos internacionalmente e divulgados pelo Idec (Instituto de Defesa do Consumidor).

(5) Segundo pesquisa do instituto que avaliou 24 adoçantes e 25 bebidas dietéticas nenhum desses produtos contém alertas sobre a sua ingestão diária aceitável (IDA). O Idec solicita que esses alertas constem nos rótulos.

(6) O limite de consumo mais baixo está ligado ao ciclamato sódico, que segundo o Idec, pode "comprometer a saúde do consumidor".

³¹Marcadores discursivos encontrados no livro *Introdução a Linguística Textual*, de Koch (2013).

- (7) Embora não alertem sobre limites, rótulos de bebidas e alimentos trazem a quantidade de edulcorantes (as substâncias usadas para adoçar) utilizados.
- (8) Para a pesquisadora Maria Cecília Toledo, da Faculdade Estadual de Campinas, o alarde é excessivo.
- (9) "A prova da segurança dos edulcorantes é que, se o ciclamato e a sacarina, mais antigos, causassem problemas, haveria uma maior incidência de doenças renais em diabéticos (consumidores regulares dessas substâncias)."
- (10) "O ideal, que eu concordo com o Idec, é que a gente tenha uma alimentação variada e consuma diferentes edulcorantes, aí você nunca ultrapassa o limite. Mas uma vez ou duas não é problema",
- (11) Segundo o Idec, 35% dos lares consomem algum tipo de produto light ou diet.
- (12) Alguém de 60 kg, por exemplo, só deve beber até 1,8 latinhas de Sprite zero. Os limites aceitáveis são calculados a partir de doses para ratos todos os dias de suas vidas.
- (13) Estudo de uma fundação italiana com ratos, em 2005, afirmou que o aspartame causou leucemia e linfomas nos animais.
- (14) Mas não há relato de caso em humanos, e estudo recente do instituto nacional do câncer (NCI, na sigla em inglês) norte americano refutou o estudo alegando, entre outras coisas, que as doses dadas aos ratos eram exageradas – o equivalente a 2,9 litros de refrigerantes diet por dia para uma pessoa de 75 quilos.
- (15) Mas o aspartame não é recomendado para portadores de fenilcetonúria, doença hereditária que se caracteriza pela falta de uma enzima. O ciclomato sódico e a sacarina sódica são contra indicados para hipertensos.
- (16) 80 calorias é o que se economiza, aproximadamente no lugar de açúcar, em duas xícaras de café.

A disseminação desse tipo de conhecimento ocorre através da mídia que comunica, nos mais diversos suportes, os discursos que sempre são transmitidos a alguém. Para Charaudeau (2013), ao comunicar, qualquer informação é fruto de escolha. Não somente escolhas de conteúdo a transmitir [...], mas também escolhas de efeitos de sentido para influenciar o outro, isto é, escolhas de estratégias discursivas.

A notícia *Cuidados com os adoçantes* apresenta o fim discursivo do *fazer saber* (informar) sobre os resultados de um estudo sobre os perigos de consumir determinados adoçantes em algumas bebidas ditas *light* e *diet*. Isso prejudica, segundo o artigo, ainda mais a saúde, principalmente de quem tem diabetes.

Iniciamos a análise apresentando as identidades nessa troca comunicativa. Os parceiros são o produtor textual, com a tarefa de tornar a informação mais acessível e o leitor, que adquire o jornal de forma gratuita e lê as matérias da seção "Fique Alerta" para ter conhecimento de fatos que podem estar prejudicando sua saúde.

O leitor é guiado para as informações da notícia através do título (1) *Cuidados com os adoçantes* e do subtítulo (2) *O consumo diário máximo de adoçantes tem norma internacional e deveria constar no rótulo de bebidas diet e light*. Há uma

prévia do tema através dessas informações, por isso ele inicia um movimento de leitura que o faz entender, através da sua leitura de mundo, o que está escrito.

É através da visada da informação (*fazer saber*) que o cidadão fica sabendo o que ocorreu ou está ocorrendo nas pesquisas acadêmicas, e esse gênero de texto de divulgação tem o papel de levar a informação ao cidadão que não tem acesso a textos especializados. Esse saber é transmitido no texto *Cuidados com os adoçantes* quando o produtor textual divulga os resultados dos estudos que já foram realizados sobre o assunto: **(5)** *Segundo pesquisa do instituto que avaliou 24 adoçantes e 25 bebidas dietéticas nenhum desses produtos contém alertas sobre a sua ingestão diária aceitável (IDA). O Idec solicita que esses alertas constem nos rótulos.*

Por estar inserido em um contrato de comunicação midiático, o texto apresenta, também, a finalidade do *fazer sentir*, ou seja, a dupla finalidade do contrato de comunicação midiático também pode ser evidenciada. A ocorrência dessa finalidade encontra-se no título da notícia, *Cuidados com os adoçantes*, que desperta o interesse do leitor por trazer o adjetivo “cuidados”, que pode ser substituído por atenção, cautela ou precaução. Essa foi uma estratégia usada com vistas a captar o interesse do leitor de Bem Estar através da emoção e motivá-lo a ler toda matéria.

Todo ato de linguagem precisa de um *propósito* e deve ocorrer em um domínio de saber que corresponde a um recorte que se faz do mundo, com vistas a aproximar o acontecimento midiático da realidade. A instância midiática buscou levar a informação bem próxima do universo do leitor a fim de contar os fatos do mundo, com o intuito de explicar ao destinatário as causas e consequências do acontecimento.

Por isso, o enunciador trouxe ao texto marcas de bebidas conhecidas com a intenção de chamar atenção e aproximar o texto do público alvo: **(3)** *Ao ingerir uma latinha de Sprite Zero, você já consumiu [...]; (4) Se a latinha for de Guaraná Diet, Coca-Cola Light ou Fanta Light você já bebeu [...].* Nesses casos, o enunciador observou a familiaridade que o locutor tem com essas marcas de refrigerante e buscou a similaridade com termos comuns ao cotidiano das pessoas.

Nota-se que, no *lead*, o enunciador contextualiza a pesquisa, que é marcada por um dado que traz credibilidade ao texto: encontra-se o nome da instituição que controla a quantidade da substância e consumo do produto: **(4)** *[...] Existem limites*

estabelecidos internacionalmente e divulgados pelo Idec (Instituto de Defesa do Consumidor).

Essas informações trazidas nos segmentos iniciais do texto são relevantes, pois despertam a curiosidade do leitor e pretendem fazer com que ele queira ler o texto até o final: **(5)** *Segundo pesquisa do instituto que avaliou 24 adoçantes e 25 bebidas dietéticas nenhum desses produtos contém alertas sobre a sua ingestão diária aceitável (IDA). O Idec solicita que esses alertas constem nos rótulos.*

Conforme esses excertos, os dados apresentados são de estudos realizados para avaliar a quantidade da substância em bebidas dietéticas, com a ressalva de que esses produtos não apresentavam em seus rótulos a quantidade apropriada para consumo. São informações relevantes para o público leitor com vistas a alertar que uma parcela específica da sociedade está consumindo adoçantes sem saber a medida certa de consumo diário e as consequências que isso pode trazer à saúde ao longo do tempo.

Os segmentos **(6), (7), (8), (9) e (10)** compõem os resultados e discussão que são próprios do discurso científico. São apresentadas as vozes dos especialistas e os nomes de instituições pelo enunciador para dar seriedade às informações e credibilidade à informação.

O enunciador, assim como no *lead*, situa o leitor no contexto em que foram realizados os estudos e traz comentários de uma pesquisadora, qualificando-os, isso faz parte do contrato midiático:

(6) O limite de consumo mais baixo está ligado ao ciclamato sódico, que segundo o Idec, pode "comprometer a saúde do consumidor".

(7) Embora não alertem sobre limites nos rótulos de bebidas e alimentos trazem a quantidade de edulcorantes (as substâncias usadas para adoçar) utilizados.

(8) Para a pesquisadora Maria Cecília Toledo, da Faculdade Estadual de Campinas, o alarde é excessivo.

(9) "A prova da segurança dos edulcorantes é que, se o ciclamato e a sacarina, mais antigos, causassem problemas, haveria uma maior incidência de doenças renais em diabéticos (consumidores regulares dessas substâncias)."

(10) "O ideal, que eu concordo com o Idec, é que a gente tenha uma alimentação variada e consuma diferentes edulcorantes, aí você nunca ultrapassa o limite. Mas uma vez ou duas não é problema" [...].

O enunciador traz ainda a novidade sobre a pesquisa realizada, e para isso usa um orientador contra-argumentativo (marcador de argumento fraco) no segmento, exprimindo uma oposição em **(7)** *Embora não alertem sobre limites,*

rótulos de bebidas e alimentos trazem a quantidade de edulcorantes (as substâncias usadas para adoçar) utilizados. Esse embora, juntamente aos outros elementos do segmento, tem por função informar que os produtos apresentam a quantidade total da substância registrada no rótulo, mas não informa o valor de consumo diário. Diante disso, cabe ao consumidor a opção de controlar a quantidade na hora de usar.

Percebemos que o detalhamento das informações acontece no decorrer do texto com mais dados de estudos, discussão dos resultados e um comentário de refutação até chegarmos à conclusão, conforme os segmentos:

(11) Segundo o Idec, 35% dos lares consomem algum tipo de produto light ou diet.

(12) Alguém de 60 kg, por exemplo, só deve beber até 1,8 latinhas de Sprite zero. Os limites aceitáveis são calculados a partir de doses para ratos todos os dias de suas vidas.

(13) Estudo de uma fundação italiana com ratos, em 2005, afirmou que o aspartame causou leucemia e linfomas nos animais.

(14) Mas não há relato de caso em humanos, e estudo recente do instituto nacional do câncer (NCI, na sigla em inglês) norte americano refutou o estudo alegando, entre outras coisas, que as doses dadas aos ratos eram exageradas – o equivalente a 2,9 litros de refrigerantes diet por dia para uma pessoa de 75 quilos.

No contrato midiático, a presença de outras vozes objetiva mostrar seriedade nas informações e, com isso, atrair o leitor. No texto, o enunciador apresenta, através de um procedimento discursivo próprio da DC, informações para situar e qualificar a pesquisa. Isso influencia na credibilidade do que é dito ao produzir efeito de verdade. As instituições são o Idec (Instituto de Defesa do Consumidor), a Faculdade Estadual de Campinas e o Instituto Nacional do Câncer (NCI, na sigla em inglês) norte americano.

Como já foi dito, o destinatário de um texto que fala sobre ciência é pressupostamente, um sujeito não especialista. Por isso, o divulgador se utiliza de vários recursos formais e discursivos que visam ao efeito de facilitar a compreensão e sentido dos textos. Em *Cuidados com os adoçantes*, o enunciador faz uso de léxico nos últimos segmentos do texto. A familiaridade ou emprego dos termos como as palavras: *Edulcorantes, Ciclamato, Sacarina Sódica, Fenilcetonúria, Aspartame e Ciclomato Sódico*, tem por objetivo mostrar para o consumidor qual substância é usada para adoçar e quais substâncias não podem ser usadas nos casos em que o indivíduo seja portador de alguma das doenças mencionadas no texto.

O texto tem uma parte final, mas podemos dizer que não se trata propriamente de uma conclusão. Trata-se apenas de uma complementação da informação do segmento anterior. O enunciador apenas faz uma ressalva com relação à quantidade de adoçante consumida: **(16)** *80 calorias é o que se economiza, aproximadamente no lugar de açúcar, em duas xícaras de café.* O leitor pode, assim, entender que é melhor consumir o adoçante, pois a quantidade de calorias é menor, observando qual a melhor substância para não comprometer a sua saúde.

O enunciador, no *lead* do texto, traz os nomes de bebidas que possuem alto teor de substâncias edulcorantes, e finaliza com a quantidade de calorias que se economiza ao usar adoçante em um café. Isso leva o leitor à conclusão de que ele deve consumir adoçantes sem exagero.

Vimos que, nessa notícia, o enunciador trouxe várias vozes ao texto. Exibir essas vozes no texto funciona como uma estratégia de prova de autenticidade, seriedade e credibilidade, além de garantir ao enunciador um distanciamento do dito a partir das evidências trazidas por ele.

Nos segmentos abaixo, percebe-se a presença das mesmas exposições que ocorrem em um texto de DC, ou seja, a informação que apresenta dados, os resultados e a voz do especialista que opina sobre tais informações. Vemos aqui a presença da RE postulada por Adam (2011), ao evocar a voz do especialista: o enunciador produz um discurso de prova atribuindo a outros a Responsabilidade Enunciativa de um dizer:

(5) Segundo pesquisa do instituto que avaliou 24 adoçantes e 25 bebidas dietéticas nenhum desses produtos contém alertas sobre a sua ingestão diária aceitável (IDA). O Idec solicita que esses alertas constem nos rótulos.

(6) O limite de consumo mais baixo está ligado ao ciclamato sódico, que segundo o Idec, pode "comprometer a saúde do consumidor".

[...]

(8) Para a pesquisadora Maria Cecília Toledo, da Faculdade Estadual de Campinas, o alarde é excessivo.

(9) "A prova da segurança dos edulcorantes é que, se o ciclamato e a sacarina, mais antigos, causassem problemas, haveria uma maior incidência de doenças renais em diabéticos (consumidores regulares dessas substâncias)."

(10) "O ideal, que eu concordo com o Idec, é que a gente tenha uma alimentação variada e consuma diferentes edulcorantes, aí você nunca ultrapassa o limite. Mas uma vez ou duas não é problema"

(11) Segundo o Idec, 35% dos lares consomem algum tipo de produto light ou diet.

[...]

(13) Estudo de uma fundação italiana com ratos, em 2005, afirmou que o aspartame causou leucemia e linfomas nos animais.

Adam (2011), em seus postulados sobre a RE, afirma que o grau de responsabilidade enunciativa de uma proposição é suscetível de ser marcado por um grande número de unidades da língua. Ele enumera as grandes categorias, mas nessa análise consideramos os índices de pessoas e as indicações de quadros mediadores.

O enunciador fez uso dos pronomes pessoais *Você* em **(3)** e **(4)**, *Eu* em **(10)**, e *A gente* em **(10)** pela voz da pesquisadora para comprovar os dados da pesquisa e se posicionar em relação às informações do Idec sobre o uso correto de adoçantes.

Quanto à indicação de quadros mediadores, o enunciador trouxe ao texto marcadores de atribuição de fala como *Segundo* em **(5)** e **(6)**, além de um verbo de atribuição de fala no segmento **(13)** *Afirmou que*. No caso de *Estudo mostra* **(5)** e de *Para pesquisadora* **(8)**, são os modalizadores textuais que o enunciador utiliza para isentar-se do que é dito em relação aos estudos.

Com isso, vimos que o valor descritivo de um enunciado é assumido na relação com o valor argumentativo desse enunciado e o sentido do enunciado está ligado a um dizer, a uma atividade enunciativa reconstruída por meio da reconstrução do texto.

Sabemos que, para o leitor, isso produz um efeito de verdade, e o enunciador acaba conseguindo atingir seu objetivo, que é *fazer saber* (informar) sobre o consumo de forma incorreta dos adoçantes.

Através da presença de orientadores argumentativos, o produtor textual, ao construir o texto, consegue expor as ideias de forma coerente. As informações se tornam mais significativas e pertinentes facilitando o entendimento do leitor para que possa atribuir sentido à leitura. Os orientadores argumentativos como os usados na notícia: *se* **(4)**, *embora* **(7)**, *estudo de uma universidade* **(13)**, *afirmou que* **(13)** são exemplos de como um enunciador pode organizar um texto para atender à expectativa de um leitor sobre determinado assunto, principalmente se for sobre ciência. Vejamos os orientadores argumentativos usados pelo enunciador:

Se: organizador que exprime uma circunstância de condição ou implicação, para atingir o objetivo de fazer saber em **(4)** *Se a latinha for de Guaraná Diet, Coca-*

Cola Light ou Fanta Light você já bebeu, aproximadamente, um terço do limite diário recomendado. Nesse caso, o enunciador trouxe dados para comprovar que, se o consumidor beber uma lata de guaraná, ele quase consumiu a terça parte do limite diário de açúcar, pondo em risco a própria saúde.

Embora: orientador contra-argumentativo (marcador de argumento fraco) com o objetivo de persuadir o leitor para um argumento mais decisivo exprimindo uma oposição em **(7)** *Embora não alertem sobre limites, rótulos de bebidas e alimentos trazem a quantidade de edulcorantes (as substâncias usadas para adoçar) utilizados.* Diante disso, cabe ao consumidor a opção de controlar a quantidade na hora de usar. O enunciador orienta o texto sobre o que é dito na segunda proposição, ou seja, ele adere à ideia que minimiza o problema:

(8) Para a pesquisadora Maria Cecília Toledo, da Faculdade Estadual de Campinas, o alarde é excessivo.

(9) "A prova da segurança dos edulcorantes é que, se o ciclamato e a sacarina, mais antigos, causassem problemas, haveria uma maior incidência de doenças renais em diabéticos (consumidores regulares dessas substâncias)."

(10) "O ideal, que eu concordo com o Idec, é que a gente tenha uma alimentação variada e consuma diferentes edulcorantes, aí você nunca ultrapassa o limite. Mas uma vez ou duas não é problema".

Segundo: Em **(5)** *Segundo pesquisa do instituto [...]* e **(6)** *que segundo o Idec, [...]* marcadores de atribuição de fala que distancia o enunciador do dito, ou seja, tira dele a responsabilidade enunciativa.

Afirmou que: Em **(14)** *afirmou que o aspartame causou leucemia [...]*, verbo utilizado como marcador de atribuição de fala. O enunciador fez uso deste para apresentar dados no discurso, demonstrando o distanciamento do locutor do texto e dando seriedade à informação.

Percebemos que o enunciador construiu seu discurso em função das identidades e dos possíveis leitores conforme o contrato estabelecido. O enunciador esteve em posição de informar; e o leitor, em posição de ter acesso ao jornal gratuitamente, ler a reportagem, saber do que se trata, tomar decisões para sua saúde e, se quiser, usufruir os produtos e serviços divulgados.

Ao informar, o enunciador fez relações, estabeleceu redes de ideias e retomou informações com o intuito de construir uma representação. Assim, foi possível dividir opiniões com o interlocutor, provocar uma adesão ao pensamento ou convencê-lo frente a um dado tema. Isso ocorreu através das estratégias utilizadas

pelo enunciador para se chegar a uma conclusão. Para isso, ele utilizou operadores argumentativos que são as marcas responsáveis pelo encadeamento dos enunciados, estruturas do texto que foram determinantes para a orientação argumentativa.

Concluimos, a partir disso, que, ao ler a notícia *Cuidados com os adoçantes*, o leitor foi obrigado a pôr em funcionamento um diferente tipo de compreensão, mais discriminatória e organizada, que inclui operações de conexão entre as diferentes partes do texto, de subordinação e encaixe de argumentos e de reconstrução dos diferentes tipos de raciocínio para lhe atribuir sentido.

Como já feito nas análises anteriores, apresentaremos nos quadros abaixo as categorias selecionadas da RE e os elementos de conexão textual usados para orientação argumentativa, além das justificativas sobre o uso dessas na reportagem *Cuidados com os adoçantes*:

Quadro 6 - Grau de Responsabilidade Enunciativa: categorias e marcas linguísticas³²

ORDEM	CATEGORIA	MARCAS LINGUÍSTICAS
01	Índices de pessoas	Você (3), (4) Eu (10) A gente (10)
02	Indicação de quadro mediador	Segundo (5), (6) Estudo mostra (5) Para pesquisadora (08) Afirmou que (13)

Fonte: A autora com base no quadro apresentado por Passegi e Rodrigues (2010, p. 300).

Quadro 7 - Relação de organizadores, expressões e elementos de conexão textual encontrados no *corpus* de análise

TEXTO 03: CUIDADOS COM OS ADOÇANTES			
	Se	Organizador que exprime uma circunstância de condição ou implicação. Para atingir o objetivo	(4) Se a latinha for de Guaraná Diet, Coca-Cola Light ou Fanta Light você já

²³Este modelo de quadro aqui apresentado segue a sugestão do quadro criado por Passegi e Rodrigues (2010, p. 300), disponível no capítulo 7 - *A análise textual dos discursos: para uma teoria da produção co(n) textual de sentido* - da obra referenciada.

ORIENTADORES ARGUMENTATIVOS ENCONTRADOS NO TEXTO		de fazer saber o enunciador trouxe dados para comprovar que se o consumidor beber uma lata de refrigerante light ele já consumiu 1/3 do limite diário de açúcar.	bebeu, aproximadamente, um terço do limite diário recomendado.
	Embora	Orientador contra-argumentativo (marcador de argumento fraco) no segmento exprimindo uma oposição. Juntamente aos outros elementos do segmento, tem por função informar que os produtos apresentam a quantidade total da substância registrada no rótulo, mas não informa o valor de consumo diário.	(7) Embora não alertem sobre limites, rótulos de bebidas e alimentos trazem a quantidade de edulcorantes.
	Estudo recente	Marcador de atribuição de fala. Expressão usada para apresentar outros dados ao discurso. Demonstrando o distanciamento do locutor no texto e dar credibilidade.	(14) e estudo recente do instituto nacional do câncer (NCI, na sigla em inglês) norte americano refutou o estudo alegando, entre outras coisas, que as doses dadas aos ratos eram exageradas.
	Para a pesquisadora	Expressão usada para apresentar outros dados ao discurso. Demonstrando o distanciamento do locutor no texto e dar seriedade a informação.	(8) Para a pesquisadora Maria Cecília Toledo, da Faculdade Estadual de Campinas, o alarde é excessivo.
	Segundo (5), (6)	Marcador de atribuição de fala que distancia o enunciador do dito, ou seja, tira dele a RE. Expressão conformativa usada pelo enunciador para apresentar a fala de alguém ou instituto de pesquisa no discurso direto.	(5) Segundo pesquisa do instituto que avaliou 24 adoçantes e 25 bebidas dietéticas nenhum desses produtos contém alertas sobre a sua ingestão diária aceitável (IDA). O Idec solicita que esses alertas constem nos rótulos. (6) O limite de consumo mais baixo está ligado ao ciclamato sódico, que segundo o Idec, pode "comprometer a saúde do consumidor".
Afirmou que	Verbo utilizado como marcador de atribuição de fala. O enunciador usou para apresentar dados no discurso. Demonstra o distanciamento do locutor do texto e dar seriedade a informação.	(14) afirmou que o aspartame causou leucemia e linfomas nos animais.	

Fonte: A autora.

Ao concluirmos essa parte da análise sobre a RE, enquanto estratégia linguística, verificamos que é possível da RE ser marcada por unidades textuais,

revelando a assunção ou não de determinados conteúdos proposicionais por uma instância ou instâncias enunciativas dadas. Isso implica dizer que a (não) assunção orienta a organização argumentativa do enunciador, influenciando e estabelecendo seus propósitos comunicativos.

Constatamos que o valor argumentativo de uma proposição é uma consequência das informações que traz, ou seja, além de informar, serve para dar uma orientação argumentativa ao enunciado. Ficaram claras as escolhas determinadas pelo nível situacional e o reconhecimento dos contratos científico e midiático que ocorreram, bem como as suas implicações nos discursos dos textos.

Partindo das informações das teorias e das análises realizadas, seguiremos para o próximo item em que identificaremos a presença do discurso de DC e as circunstâncias nas quais ele aparece nas notícias do *corpus*.

4.4 A Divulgação Científica no *corpus* da pesquisa

Segundo informações contidas no site do CNPQ - Conselho Nacional de Pesquisa³³, a difusão da ciência para o público é tão antiga quanto a própria ciência e atendeu, ao longo da História, às mais diversas motivações e objetivos. As formas de divulgação e popularização das ciências evoluíram acompanhando a própria evolução das ciências e da tecnologia, gerando grande variedade de formas, meios e instrumentos de divulgação, como: congressos, seminários, colóquios, palestras, conferências, publicações variadas (livros, revistas, jornais, folhetos, etc.).

Com as novas mídias, a partir do advento da internet, surgiram novas formas virtuais de divulgação e popularização da ciência para o grande público. A atividade de divulgação científica é uma atividade complexa em que os conhecimentos científicos e tecnológicos são colocados ao alcance da população para que esta possa utilizá-los nas suas atividades cotidianas e tomadas de decisão que envolvem a família, a comunidade ou a sociedade com um todo.

O desenvolvimento científico e tecnológico atinge, assim, o cidadão comum, que muitas vezes está longe do mercado técnico-científico, mas que deve possuir um pensamento crítico e reflexivo para se posicionar diante dos problemas que o rodeiam.

³³ Informações retiradas do site do CNPQ sobre divulgação científica. Disponível em: <http://www.cnpq.br/web/guest/divulgacao-cientifica-sobre>. Acesso 03/08/2015.

Foi com base nesse contexto sobre popularização da ciência que optamos por apresentar as características de DC encontradas nas três notícias do jornal Bem Estar. Para tanto, traremos os aportes teóricos, bem como um quadro com os segmentos dos textos analisados, identificando tais características com vistas à responder a pergunta que gerou esta pesquisa.

Na Fundamentação Teórica, vimos sobre a concepção popular de ciência, que traz a ideia de que ela supõe mérito, confiança, autoridade e deve ter a capacidade de explicar e mensurar o conhecimento. No entanto, sabemos que todos os discursos de ciência são produzidos em circunstâncias diferentes, e, principalmente, direcionam-se a públicos distintos. É preciso salientar, novamente, que, ao divulgar a ciência, todos estão contribuindo para formação de ideias, leitura de mundo, visões e concepções de ciência na sociedade.

Também vimos que os textos que fazem referência à ciência publicados em jornais de circulação gratuita têm o objetivo de captar a atenção do leitor. Eles têm a necessidade de mostrar resultados, sem discutir mais detalhadamente os processos. No caso do jornal Bem Estar, assumimos que as três reportagens analisadas se enquadram como divulgação científica. São textos para leitura rápida e que também visam vender a informação, nem que, para isso, o veículo incorra em alguns equívocos, como por exemplo, publicar textos, ainda que reescritos, sem divulgar a fonte dos textos originais.

Neste momento, como identificaremos os textos da seção “Fique Alerta” do jornal Bem Estar como DC?

O *corpus* deste estudo, em particular, foi produzido em suporte impresso, o que, logicamente, implica uma “censuração” da informação com características próprias. A partir do referencial teórico (CHARAUDEAU, 2008), optamos por identificar as seguintes restrições da DCM nas notícias: a restrição de visibilidade, restrição de legibilidade, restrição de seriedade e restrição de emocionalidade. Nesse momento, optamos por retomar e definir alguns conceitos das restrições de DCM.

Na *restrição de visibilidade*, leva-se em conta a seleção de estratégias para provocar no leitor o interesse pela leitura, seja por meio de certa apresentação iconográfica ou pela escolha de temas, títulos e organizações textuais que motivem a disposição para a leitura. Observamos que os assuntos abordados nas notícias sobre cigarro, exame de tomografia e adoçantes foram selecionados a partir de fatos

científicos e com o objetivo de produzir algum impacto sobre o leitor e levá-lo a tomada de decisão em relação a sua saúde.

A *restrição de legibilidade*, conforme Charaudeau (2008, p.12), “é marcada por duas obsessões que já estão presentes no discurso de informação midiática em geral e que são particularmente abundantes em todo discurso de vulgarização³⁴: a simplicidade e a figurabilidade”. Essa restrição trata, especialmente, da construção frásica e da escolha de termos que esclareçam o léxico mais técnico. A linguagem é mais acessível ao público não especializado e alguns termos científicos aparecem nas três reportagens até para expressar cientificidade. Os termos técnicos colocados em textos científicos podem ser um empecilho para a construção de sentido se forem postos sem uma explicação posterior.

Por isso, a DC tem a preocupação de fazer uso de vários recursos formais e discursivos que visam facilitar a compreensão dos textos. Das matérias analisadas, as três possuem termos científicos, como por exemplo: *Edulcorantes (15)*, *Ciclamato (15)*, *Sacarina Sódica (15)*, *Fenilcetonúria (15)*, *Aspartame* (termos retirados da reportagem *Cuidados com os adoçantes*).

A quantidade de termos científicos que aparecem nas notícias é significativa se levarmos em consideração o tamanho das matérias, já que os textos são pouco extensos. Mas as palavras são explicadas no decorrer dos textos, a exemplo do excerto (7) *Embora não alertem sobre limites, rótulos de bebidas e alimentos trazem a quantidade de edulcorantes (as substâncias usadas para adoçar) utilizados*, retirado de *Cuidados com os adoçantes*.

Essas escolhas lexicais dizem respeito aos recursos expressivos com os quais o discurso pode ser esclarecido, escolha feita pelo enunciador do texto de forma premeditada e visando a determinados efeitos de sentido.

Ao escrever para o leitor não especializado, o enunciador costuma ter em mente uma preocupação específica, que é facilitar a compreensão de seu texto, a fim de proporcionar condições de uma leitura eficiente. Por isso, ele faz uso de recurso metadiscursivo, ou seja, usa apostos e glosas para oferecer explicações, definições e especificações para facilitar o entendimento do conteúdo científico nas reportagens. Eis alguns exemplos:

³⁴ Entenda-se, aqui, *vulgarização* como sinônimo de *divulgação* e *popularização*.

- (1) No texto *Cigarros mais viciantes ainda!*: **(5)** Office of the Surgeon General”, órgão do governo americano;
- (2) Na reportagem *Cuidados com os adoçantes*: **(7)** [...] a quantidade de adoçantes (as substâncias usadas para adoçar) utilizados. **(9)** [...] em diabéticos (consumidores regulares dessas substâncias);
- (3) Em *Exame perigoso*: **(3)** [...] a tomografias computadorizadas (exame com nível de radiação maior do que um raios-X). **(10)** [...] tumores sólidos (de cérebro, pele, tireóide, trato urinário, órgãos digestivos etc.). **(15)** [...] exames demais (e desnecessários) faz mal a saúde.

Assim, o jornalista, durante a produção das reportagens, busca estabelecer uma ponte entre a Ciência e a sociedade mais ampla. Somente dessa forma o autor atinge seu objetivo: a circulação do conhecimento científico para o público não especializado.

Nos três textos das notícias, foram apresentados dados que denunciam alguma situação: o uso de substâncias para tornar o cigarro mais viciante ainda, o perigo cancerígeno de usar o tomógrafo várias vezes e o consumo exagerado de adoçantes em bebidas *light* e *diet*. Assim também acontece com os dados numéricos utilizados ao longo do texto e com a fala do pesquisador do estudo realizado. Os textos aproximam as pesquisas do universo do leitor, apresentando alguma recomendação ou informação que o leve a uma tomada de decisão sobre determinado assunto.

A *restrição de seriedade* “é marcada por alguns mesmos procedimentos emprestados para assegurar a legibilidade do discurso de vulgarização, [...] os procedimentos que, na verdade, desempenham o papel de *argumento de autoridade*” (CHARAUDEAU, 2008). Nesse âmbito, o produtor do texto assume-se como um mediador entre o conhecimento científico e a compreensão do público não especializado, divulgando os temas da ciência de modo acessível, mas, ao mesmo tempo, fiel, ou pelo menos verossímil, aos conceitos científicos aí envolvidos.

Nas notícias analisadas destacamos como exemplos dessa restrição os excertos:

(12) Outro estudo, da Universidade de Massachusetts, analisou marcas vendidas nos Estados Unidos entre 1998 e 2012 retirado do texto *Cigarros mais viciantes ainda!*.

(11) segundo liza suzuki, radiologista do hospital infantil sabará, SP, que foi retirado do texto *Exame perigoso*.

(14) [...] e estudo recente do Instituto Nacional do Câncer Norte Americano (NCI, na sigla em inglês) do texto *Cuidados com adoçantes*.

É possível notar que a *restrição de seriedade* revela o enunciador do discurso consciente da relação estreita entre a linguagem científica e a almejada compreensão do público. Para apresentar esse conhecimento complexo, o enunciador optou pelos modos de organização descritivo e explicativo. Percebemos isso na apresentação da metodologia da pesquisa, na sua aplicação e do uso de dados quantificando os resultados.

Nas três análises, percebe-se que os dados foram utilizados para dar credibilidade e demonstrar seriedade. O enunciador dá voz e vez às entidades de pesquisas e aos especialistas convocando-os para se posicionarem sobre o tema e demonstrarem credibilidade e poder de autoridade em relação ao conhecimento apresentado, ou seja, um *argumento de autoridade* ao dito. Isso é consequência da estratégia do enunciador de convocar as vozes dos especialistas, pois sem esses dados, talvez, a notícia perdesse em credibilidade.

Com relação à *fonte*, nas três notícias analisadas, o enunciador apresentou as origens das informações, qualificando e situando o leitor sobre o contexto. Os textos de DC usam da intertextualidade para sustentar e confirmar a veracidade da informação: são vozes de “outros” para representar o argumento de autoridade que esse tipo de texto exige. Nas matérias, há a presença de pesquisadores e entidades cujo objetivo é mostrar e confirmar os dados das pesquisas. Verificamos isso no segmento retirado da reportagem *Exame perigoso: (11) Segundo Liza Suzuki, radiologista do Hospital Infantil Sabará, SP.*

A *restrição de emocionalidade*, de acordo com Charaudeau (2008), privilegia efeitos afetivos sobre o leitor, sendo também marcada por uma organização descritiva e narrativa.

Essa restrição é marcada pelas ilustrações e formas de linguagem que compõem o denominado quadro de dramatização da mídia. Percebemos que, nas três notícias, os títulos foram estratégicos com vistas a captar o leitor (Cigarros mais viciantes ainda!, Cuidados com os adoçantes e Exame perigoso) e a despertar a atenção dele para a leitura do subtítulo. Isso é característico de textos de DC em suportes jornalísticos. Foram colocadas imagens bem coloridas e de acordo com a temática de cada texto. São três textos que servem ao leitor, pois oferecem informações úteis para sua saúde e qualidade de vida.

É possível verificar que apenas uma matéria, *Cigarros mais viciantes ainda!*, informou o período em que foi realizada a pesquisa, mas todas as três notícias

apresentam no *lead* os resultados da pesquisa, mesmo que de forma resumida, como exemplo o excerto da reportagem Exame Perigoso: (2) Estudo com 10,9 milhões de pessoas viu incidência de tumores cancerígenos 24% maior entre crianças e jovens submetidos aos exames de tomografia.

Concluímos esta parte da análise com a reafirmação do que postula Charaudeau (2013) sobre o discurso midiático, que este é caracterizado pela tensão entre pólos contrários: as visadas da informação e de captação. Enquanto a primeira produz efeitos de credibilidade, a segunda se liga a efeitos de dramatização da informação para envolver o leitor. É dentro desse contexto que a DC se apresenta, ou seja, numa situação de comunicação particular e específica com características próprias no que diz respeito ao público-alvo, tema, estilo e composição e é, em muitos aspectos, diferente do discurso científico especializado.

As práticas de difusão científica tornam-se cada vez mais necessárias e relevantes ao avanço social e, em consequência, ao desenvolvimento do país. A divulgação da ciência contribui para a formação de cidadãos responsáveis, críticos e cientes de seu papel na sociedade, e esse processo de formação científica torna-se mais eficiente se algumas instituições midiáticas realizarem um bom trabalho de divulgação.

Tendo em vista o exposto acima, vimos que o discurso de DCM transformou o objeto de saber científico em um acontecimento, por meio de estratégias discursivas de dramatização, tratando-o como um acontecimento qualquer; a esse procedimento Charaudeau (2008a, p. 18) denomina “*dessacralização* do discurso científico”.

Verificamos, a partir dessas reflexões, que o discurso de midiatização da ciência levou ao conhecimento do público leitor fatos/verdades, assumindo, para isso, um caráter explicativo próprio de um discurso didático; todavia, ao mesmo tempo, necessitou lançar mão de estratégias de captação, que motivaram o interesse do leitor pela informação, característica do discurso midiático.

Evidenciamos que as notícias são plagiadas, essa prática discursiva não foi simplesmente um resumo ou redução aleatória de dados científicos, mas o enunciador teve uma habilidade em selecionar e reorganizar as informações de caráter técnico para leitores com interesses e objetivos diversos na compreensão dos acontecimentos científicos. Essa aproximação entre as esferas científica e cotidiana determinou um deslocamento social da ciência, uma vez que ela partiu das

comunidades discursivas onde a princípio foi produzida, ou seja, das universidades, dos pólos de pesquisa, dentre outros, para o público geral.

Percebemos, ainda, que o jornal Bem Estar não dá os devidos créditos de autoria dos textos aos jornalistas responsáveis pelas matérias. As matérias plagiadas³⁵, ao serem incorporadas às páginas de Bem Estar, assumem uma nova dimensão contratual e passam a funcionar de acordo com um novo contrato de comunicação.

Essa é uma questão relevante sobre plágio, uma vez que a informação e os textos, nos tempos atuais, se encontram cada vez mais à mão, como um convite ao sujeito para mergulhar nos labirintos hipertextuais, para o exercício e a difusão da escrita ou para forjar como seu apenas um excerto, um parágrafo ou mesmo todo um texto, mediante cópia não autorizada.

Os produtores se apropriaram das informações para publicar, o que poderia comprometer a identidade dos parceiros da situação de comunicação, na troca de linguagem e nos contratos estabelecidos. No entanto, o fato de os editores de Bem Estar se apropriarem das matérias publicadas originalmente na Folha de São Paulo e o Globo, e as reproduzirem no jornal, revela que elas vêm ao encontro dos interesses desses editores. Informações rápidas que cumpram com o objetivo de informar e alertar para maus hábitos que prejudicam a saúde humana.

Como forma de complementar as informações trazidas até aqui e de enriquecer a análise, elaboramos um quadro sobre as características de DC encontradas nas notícias do *corpus*:

Quadro 8 - Representação das características da DC nas notícias

CARACTERÍSTICAS DE DCM	CIGARROS MAIS VICIANTES AINDA!	EXAME PERIGOSO	CUIDADOS COM OS ADOÇANTES
Restrição de legibilidade (uso de léxico, apostos e glosas)	(3) DPCO (Sigla para doença crônica ligada ao tabagismo) (7) Droga psicoativa (5) Office of the Surgeon General”, órgão do governo americano, [...]	Tumores Cancerígenos (10) Tumores Sólidos (10) Leucemia (10) Cânceres Linfóides (10) (3) [...] a tomografias computadorizadas (exame com nível de radiação maior do que	Edulcorantes (15) Ciclamoto (15) Sacarina Sódica (15) Fenilcetonúria (15) Aspartame (15) Ciclomato Sódico (15). (7) [...] a quantidade de edulcorantes (as substâncias usadas

³⁵ O plágio é aqui entendido como apropriação indevida de um texto ou parte dele, sem referência ao autor, portanto apresentado como sendo de autoria da pessoa que dele se apodera.

		um raio - X). (10) [...] tumores sólidos (de cérebro, pele, tireóide, trato urinário, órgãos digestivos etc.). (15)[...] exames demais (e desnecessários) faz mal a saúde.	para adoçar) utilizados. (9) [...] em diabéticos (consumidores regulares dessas substâncias).
Restrição de seriedade (dados numéricos)	15% (13) Nove em cada dez (18) (12) Outro estudo, da Universidade de Massachusetts, analisou marcas vendidas nos Estados Unidos entre 1998 e 2012.	24% maior (2) 10,9 milhões (4) 10 mil jovens (6) 39 casos (6) 16 vezes menor (12) Um de cada sete (10)	(4) “Um terço do limite diário” (5) “Avaliou 24 adoçantes e 25 bebidas dietéticas” 35 (11) 1,8 (12) 60 (12) 2,9 (14) 60 kg (12) 75 quilos (14) 80 calorias (16)
Restrição de seriedade (especialistas e instituições de pesquisas)	(2) Estudos Mostram (4)[...] apontam dois novos estudos [...]. (5) “Office of the Surgeon General” (7)[...]Organização Mundial da Saúde (OMS). [...]. (9) O relatório se baseou[...] (12) Universidade de Massachusetts (12) Outro estudo[...] (13) Ele mostrou[...] (16) Paula Johns, diretora-executiva da ONG ‘Aliança de Controle do Tabagismo’. (17) comenta Paula Johns. (18) Ela cita [...]	(2) Estudo com [...] (4) É o que aponta o maior estudo já feito sobre o tema...da Austrália. O risco absoluto de câncer, porém, permanece baixo. (8) A preocupação com [...] (10) O estudo mostra[...] (11) Segundo Liza Suzuki, radiologista do Hospital Infantil Sabará, SP. (12) Marcos Menezes, coordenador do Centro de Diagnósticos do Hospital Sírio-Libanês.	(3) IDEC - Instituto de Defesa do Consumidor. (5) Segundo pesquisa (6) que segundo o [...] (8)Pesquisadora Maria Cecília Toledo, da Faculdade Estadual de Campinas. (9) “A prova da segurança...” (10) "O ideal, que eu concordo com [...] (11) Segundo o [...] (14) [...] e estudo recente do Instituto Nacional do Câncer Norte Americano (NCI, na sigla em inglês).

<p>Restrição de Emocionalidade (fazer sentir)</p>	<p>(1) Cigarros mais viciantes ainda! (3) Se você ainda é fumante [...] (6) mas porque o seu design vem sendo aperfeiçoado. (14) Os cigarros 'aperfeiçoados' pela indústria. (16) O cigarro parece apenas uma porção de tabaco enrolado em papel, mas é mais sofisticado do que uma Ferrari. (19) Bom, você já sabe de todos os malefícios[...] (20) Então esforce-se e abandone o que te prejudica.</p>	<p>(1) Exame perigoso (3) Crianças e adolescentes que se submetem a tomografias. (5) O risco absoluto de câncer. (8) A preocupação com as crianças é maior [...] (14) "É preciso ter bom senso dos dois lados." (15) e se conscientizar de que exames demais (e desnecessários) faz mal á saúde.</p>	<p>(1) Cuidados com os adoçantes. (4) Se a latinha for de Guaraná Diet, Coca-Cola Light ou Fanta Light você já bebeu. (6) pode "comprometer a saúde do consumidor" (10) "O ideal, que eu concordo com o Idec, é que a gente tenha uma alimentação variada e consuma diferentes edulcorantes, aí você nunca ultrapassa o limite. Mas uma vez ou duas não é problema" (14) que as doses dadas aos ratos eram exageradas.</p>
<p>ESTRATÉGIA DISCURSIVA: VISADA DA INFORMAÇÃO</p>	<p>Os efeitos de credibilidade são construídos a partir da junção de todas as categorias apresentadas. A credibilidade se constrói no contato e o modo de relação que se instaura entre os parceiros, na construção da imagem, na forma de seduzir ou persuadir e na forma como descreve e explica o mundo segundo os princípios da veracidade.</p>		

Fonte: A autora.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A divulgação científica hoje tem como função colocar em linguagem acessível os fatos e pesquisas científicas, os quais seriam herméticos e incompreensíveis para os sujeitos não especializados. São textos disponibilizados através de materiais como revistas, jornais, programas de TV e de rádio, livros didáticos, aulas e até revistas em quadrinhos.

Interessou-nos, dentre esses materiais, aqueles produzidos na articulação entre a ciência e a mídia, os jornais. Nesta relação, o discurso da ciência é recontextualizado a partir da sua publicização, ou seja, a ciência é "retirada" do seu meio de circulação tradicional e levada a ocupar um lugar no "cotidiano" do grande público.

Esta pesquisa, pautada nos postulados da teoria Semiolinguística idealizada por Charaudeau (2009, 2013) e na Análise Textual dos Discursos (ADAM, 2011), propôs-se a investigar a possível existência do discurso de divulgação científica em um jornal de distribuição gratuita intitulado Bem Estar, publicado durante os anos de 2013 e 2014.

Esse período foi escolhido por trazer, nas notícias, assuntos mais recentes e de acordo com a escolha e leitura de mundo dos interlocutores, já que são matérias que tratam de saúde e visam à mudança de atitude para a melhora da qualidade de vida das pessoas. Essa é a proposta do jornal, segundo seus editores. Percebe-se, com isso, que os temas são circunstanciais por habitarem o cotidiano das pessoas e por trazerem a ciência ao público de forma clara e prazerosa.

Como foi dito anteriormente, a atividade de divulgação científica é uma atividade complexa em que os conhecimentos científicos e tecnológicos são colocados ao alcance da população para que esta possa utilizá-los nas suas atividades cotidianas e tomadas de decisões que envolvem a família, a comunidade ou a sociedade com um todo. A divulgação científica consiste então em informar sobre um conhecimento específico a um público amplo e constituído de diferentes leitores, a fim de tornar as questões científicas um assunto público.

Por isso, consideramos que as três notícias do *corpus* podem ser consideradas como divulgação científica por apresentarem as características dos textos que popularizam a ciência, cujo objetivo é democratizar a informação.

Considerando-se as análises realizadas, percebemos que o ato de linguagem não ocorreu de forma desregrada, já que ele sempre foi presidido por um contrato comunicativo que correspondeu a uma série de regras que foram observadas em uma determinada situação para que um ato de linguagem se concretizasse.

Observou-se que, para que o contrato de comunicação se estabelecesse, foi preciso, antes de mais nada, que o sujeito comunicante tivesse seu direito de fala reconhecido pelo sujeito interpretante, ou seja, que fosse alguém digno de ser escutado. Esse reconhecimento foi conquistado pelo sujeito comunicante na medida em que ele conseguiu apresentar sua identidade.

Com relação à identidade dos parceiros envolvidos na atividade divulgativa em questão, de um lado há uma instância de produção. Provavelmente os enunciadores têm em comum uma linha de pensamento em consonância com a da empresa que representa (o jornal Bem Estar), ou seja, se apresentou como uma instância benfeitora, já que apresentou à instância receptora informações de como melhorar sua saúde para ter qualidade de vida.

A instância receptora ocupou um duplo lugar: o de “consumidor comprador potencial” e “consumidor efetivo da informação”. Como consumidor comprador foi levado a *crer* que tem uma falta em relação a sua saúde e somente ele pode mudar os maus hábitos que estão prejudicando a sua qualidade de vida. Esse consumidor vai encontrar na compra dos produtos e serviços divulgados no jornal a solução para essa falta.

Do lado da recepção há um sujeito com saberes em níveis diversos. É o consumidor da informação que é levado a saber dados de uma pesquisa sobre saúde. Essa informação está em um jornal de distribuição gratuita, mas que possui uma lógica comercial. Logo, vemos que há uma relação que se estabelece entre os dois pontos: o da informação e o do consumo e vice-versa.

Essa situação demonstra a contradição da dupla visada presente no contrato de comunicação midiático, visto que de um lado há o enunciador, que faz uso de estratégias de captação a fim de seduzir o leitor para os textos e também de vender os produtos e serviços publicados no jornal e de outro há um público que busca se informar.

Concluimos com isso, que as estratégias do produtor textual, inicialmente pensadas para um outro contexto discursivo, foram reproduzidas totalmente ou parte pelo Bem Estar, adequando-se ao contrato discursivo do jornal.

Como foi mencionado antes, os produtores do Bem Estar se apropriaram das informações de O Globo e da Folha de São Paulo para publicarem esses textos, isso poderia comprometer a identidade dos parceiros da situação de comunicação, na troca de linguagem e nos contratos estabelecidos. No entanto, o fato de os editores do Bem Estar publicar esses textos revela que eles vêm ao encontro dos interesses desses editores. As matérias ao serem incorporadas às páginas de Bem Estar, passam a funcionar de acordo com um novo contrato de comunicação que visa atender ao que o jornal se propõe que é falar de saúde para qualidade de vida.

Isso fez com que as informações perdessem em seriedade, pois o plágio é crime e está sujeito as penalidades legais. De acordo com o Crime de Violação aos Direitos Autorais³⁶ no Art. 184 – Código Penal, no seu Art. 184. Diz que: Violar direitos de autor e os que lhe são conexos: Pena – detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa. Ressaltamos que o plágio é crime e qualquer obra tornada pública que não explicita algum tipo de contrato/autorização para reprodução por terceiros está automaticamente protegida pelas leis de direito autoral em vigor.

Contudo, notamos que o jornal procurou informar o cidadão, ou seja, buscou fazê-lo saber sobre as diversas possibilidades de ter cuidado com a saúde. A *finalidade* desse contrato se encontra entre duas visadas, a de *fazer saber* e a de *fazer sentir*.

Percebe-se que a visada informativa foi influenciada pela de *fazer sentir*, pois, em prol da estratégia de captação, buscou-se, em um primeiro momento, causar uma preocupação no leitor, fazendo-o crer que se ele continua a fumar, se fizer exames radiológicos repetidas vezes e se consumir uma quantidade razoável de adoçantes, estará colocando a sua vida em risco. Isso ocorreu com a finalidade de atrair a atenção dele e, somente no final do texto, coloca-se uma recomendação/conselho que o tranquiliza, o que demonstra que a situação pode ser mudada se o leitor fizer as escolhas certas para a sua vida.

Quanto ao *propósito*, os temas abordados nas notícias demonstram como o discurso, a partir de um objeto de saber relacionado ao científico, elabora uma explicação menos especializada do que a do domínio de conhecimento a que pertence. Com relação ao *dispositivo*, o discurso de midiatização da ciência ocorre no jornal orientado pela finalidade de seu contrato de comunicação em um local

³⁶Disponível em: <<http://www.xn--portaleducao-dcb9c.com.br/direito/artigos/50044/o-crime-de-lagio#ixzz3oIgv>>
Acesso: 08 de out.2015.

onde é importante *fazer saber* resultados de pesquisas científicas, a fim de possibilitar informações de forma ética e equilibrada, por isso, a fonte científica é reformulada para ser compreendida. Ademais, é necessário *fazer crer* que o que está sendo divulgado é verdadeiro, a fim de se conquistar o público.

Por isso consideramos nesta pesquisa a ideia de que as matérias sobre saúde e qualidade de vida são meios eficientes de divulgar ciência.

Verificamos também que, sem a DC, não haverá a socialização do conhecimento e desenvolvimento da real cidadania. Essa concepção foi muito importante para que fossem alcançados os objetivos desta pesquisa e, assim, entender o papel da mídia nessa divulgação.

Analisamos através da Análise Textual do Discurso de Adam (2009, 2011) como ocorreu o processo de materialização linguística. Nesta pesquisa vimos que, para assinalar a Responsabilidade Enunciativa, uma proposição pode ser marcada por algumas categorias. Selecionamos aquelas que foram pertinentes para a análise do *corpus*: os índices de pessoa e as indicações de quadros mediadores. As análises foram feitas com foco, também, na noção de Orientação Argumentativa, igualmente postulada no interior da ATD de Adam (2011).

Esses postulados serviram para dar conta da identificação das vozes presentes nas notícias e de como a orientação argumentativa assinalou a estratégia idealizada pelo produtor dos textos para atingir seus propósitos discursivos, o que possibilitou manter a atenção do leitor que, ao ler, atribui sentido ao texto.

Ficou claro que, ao se autorizar como meio de divulgação científica, a mídia contribuiu, através das notícias do jornal Bem Estar, para uma partilha social de saber. Esse saber são fragmentos da realidade, e terão que estar intimamente ligados ao contexto do qual foram extraídos para que o leitor consiga apreender as relações que estão por trás destes recortes da realidade. Desse modo, as mídias se apresentam como um organismo especializado, que objetiva responder a uma demanda social em benefício da democracia e de suprir a necessidade do leitor de querer saber.

Sabemos que o discurso da divulgação científica tem por objetivo divulgar ciência para fora da comunidade científica. Com relação aos textos publicados, houve uma preocupação com a linguagem para torná-la mais acessível e os termos desconhecidos são explicados ao leitor. Isso demonstra a preocupação da DC com a

linguagem. Nos textos, o enunciador avaliou as consequências de cada problema apresentado e incitou ao leitor fazer escolhas em prol da saúde e qualidade de vida.

Consideramos, a partir das análises realizadas, que as notícias do jornal Bem Estar configuraram-se como divulgação científica. Esse saber pode servir como ferramenta para que as pessoas tenham condições de buscar as informações mais precisas sobre os conteúdos divulgados ou de pensar mais criticamente a respeito de assuntos que lhes interessam. Isso se relaciona à cultura científica, segundo Vogt (2011, p. 15):

Buscar a qualidade de vida com auxílio da ciência e de suas aplicações é, nesse sentido, orientá-las para o compromisso com o bem-estar social e com o bem-estar cultural das populações dos diferentes países que se desenham nas redondezas do planeta. O bem-estar cultural é, assim, um conceito e um estado de espírito que se caracteriza pelo conforto crítico da inquietude gerada pela provocação sistemática do conhecimento.

A divulgação científica deve clarear o olhar dos cidadãos, dando-lhes real noção do ambiente e do contexto histórico em que estão inseridos. Para que a ciência seja transmitida e incorporada pela sociedade, a fim de se verificar a formação de uma cultura científica, é necessário que as ações sociais, políticas e institucionais não sejam isoladas e que a divulgação das informações opere de forma que se promova uma verdadeira cultura da divulgação científica.

Desta maneira, a divulgação científica ou textos que divulgam ciência devem estar sempre presentes no cotidiano das pessoas e, para isso, temos as mídias responsáveis por uma gama de discussões e abordagens desse assunto. Vimos que o jornal Bem Estar, com suas características e suas notícias da seção “Fique Alerta”, buscou estabelecer um contrato com seu público num processo midiático.

Fica claro que as notícias *Cigarros mais viciantes ainda!*, *Exame perigoso* e *Cuidados com os adoçantes* se configuram como textos de DC, devido principalmente, às restrições de seriedade e de credibilidade, que se fazem presentes nos textos. Isso gera uma mudança de atitude do leitor diante das informações e explicações baseadas na autoridade da ciência sobre os temas abordados. Nesse sentido, esperamos que esta pesquisa sirva de apoio à compreensão sobre as mais diversas formas de divulgar ciência através da mídia.

Ao finalizar essa pesquisa, acreditamos que é possível ampliar a investigação sobre a Divulgação Científica em publicações populares não necessariamente gratuitas, mas de fácil acesso e baixo custo, a fim de possibilitar uma comparação

com os dados do presente estudo e, assim, contribuir com mais informação acerca da importância da divulgação científica midiática para sociedade.

REFERÊNCIAS

ADAM, J-M. **A linguística textual**: introdução à análise dos discursos. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

ADAM, J-M. **Análises textuais e discursivas**: metodologia e aplicações. São Paulo: Cortez, 2010.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BEM ESTAR (Jornal). Ano 03, n. 35 p. 04, ago. jan. 2011.

BEM ESTAR (Jornal). Ano 09, n. 96, p. 01. jn. 2011.

BEM ESTAR (Jornal). Ano 12, n.75, p. 04. jan. 2014.

BENVENISTE, É. **O homem na linguagem**: ensaios sobre a instituição do sujeito através da fala e da escrita. 2. ed Lisboa: Arcádia, 1978.

CALIDOSCÓPIO, Vol. 9, n. 3, p. 198-205, set/dez 2011© 2011 by Unisinos - doi: 10.4013/cld.2011.93.04. Acesso em 07/08/2015.

CALSAMIGLIA, H.; LÓPEZ FERREIRO, C. Role and position of scientific voices: reported speech in the media. **Discourse Studies**, v. 5, n. 2, p. 147-173, 2003.

CALSAMIGLIA, H. Análisis discursivo de la divulgación científica. In: **Simposio Internacional de Análisis del Discurso**, Madrid: Visor Libros, p. 2639-2646, 2001.

CIGARROS mais viciantes ainda. **Jornal Bem Estar**, ano 12, n. 75, p. 04, 01 jun. 2014.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, P. Du discours de vulgarisation au discours de médiatisation scientifique. In: CHARAUDEAU, P. (org.). **La médiatisation de la science**. Paris: De Boeck, 2008a.

CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso**: modos de organização. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2008b.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

CHARAUDEAU, P. **Análises do Discurso Hoje**. In MACHADO, I. L.; MELLO, R. O discurso propagandista: uma tipologia. Vol. 3. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010. Disponível em: <<http://www.patrick-charaudeau.com/O-discurso-propagandista-uma.html>>. Acesso em: 23 abr. 2014.

GERMANO, M. G.; KULESZA, W. A. Popularização da Ciência: uma revisão conceitual. **Caderno Brasileiro de Ensino de Física**, v. 24, p. 7-25, 2007. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/qdy2w/pdf/germano-9788578791209-08.pdf>>. Acesso em: 30 nov. 2014.

GIERING, M. E. Referenciação e hiperestrutura em textos de divulgação científica para crianças. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, SC, v. 12, n. 3, p. 683-710, set./dez. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ld/v12n3/a03v12n3.pdf>>. Acesso: 25 jun. 2015.

GIERING, M. E.; SOUZA, J. A. C. Informar e captar: objetos de discurso em artigos de divulgação científica para crianças. In: CAVALCANTE, M. M.; LIMA, S. M. C. (Org.). **Referenciação: teoria e prática**. 1. ed. São Paulo: Cortez, 2013.

GIERING, M. E.; CHARAUDEAU, P. Entrevista com Patrick Charaudeau. **Calidoscópio**, São Leopoldo, v. 10, p. 328-331, 2012. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/calidoscopio/article>>. Acesso em: 08 nov. 2014.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

KOCH, I. G. V.; ELIAS, V. M. **Ler e compreender: os sentidos do texto**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

KOCH, I. G. V. **O texto e a construção dos sentidos**. São Paulo: Contexto, 2003

KOCH, I. G. V. **Argumentação e Linguagem**. 7. ed. São Paulo, Cortez, 2002

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

MAINGUENEAU, D. **Análise de Textos de Comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

MATENCIO, M. L. M. **Referenciação e retextualização de textos acadêmicos: um estudo do resumo e da resenha**. Anais do III Congresso Internacional da ABRALIN, mar. 2003.

MILHORANCE, F. **Dois estudos mostram os artifícios da indústria para tornar os cigarros mais viciantes**. O Globo. Rio de Janeiro, mar. 2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/saude/dois-estudos-mostram-os-artificios-da-industria-para-tornar-os-cigarros-mais-viciantes-11470781>>. Acesso em: 05 dez. 2014.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 5. ed. São Paulo-Rio de Janeiro: Hucitec-Abrasco, 1998.

OLIVEIRA, J. M. Ciência e divulgação científica: reflexões sobre o processo de produção e socialização do saber. **Revista Caligrama**, v. 3, n. 1 2008. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/caligrama/article/view/64898>>. Acesso em: 23 nov. 2014.

PASSEGI, L. A análise textual dos discursos: para uma teoria da produção co(n) textual de sentido. In: BENTES, A. C.; LEITE, M.Q. (Orgs.). **Linguística de texto e análise da conversação**: panorama das pesquisas no Brasil. São Paulo: Cortez, 2010, p. 190.

PERELMAN, C.; OLBRECHT-TYTECA, L. **Tratado da argumentação**: a nova retórica. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

PIPPI, J.; PERUZZOLO, A. Jornalismo científico e interdiscursividade na popularização da ciência. In: SILVEIRA, A. C. M. (Org.). **Divulgação científica e tecnologias de informação e comunicação**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2003.

RODRIGUES, M. G. S.; PASSEGGI, L.; SILVA NETO, J. G. “Voltarei. O povo me Absolverá.”: a construção de um discurso polêmico de renúncia. In: RODRIGUES, M. G. S.; PASSEGGI, L.; SILVA NETO, J. G. (Org.). **Análises textuais e discursivas**: metodologias e aplicações. São Paulo: Cortez, 2010.

VOGT, C. A espiral da cultura científica. **ComCiência**, jul. 2007. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/reportagens/cultura/cultura01.shtml>>. Acesso em: 23 mar. 2014.

VOGT, C. **Linguagem, pragmática e ideologia**. São Paulo, HUCITEC/FUNCAMP, 1980.

VERSOLATO, M. **Tomografia eleva o risco de câncer em crianças e jovens**. Folha de São Paulo. São Paulo, mai. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/saudeciencia/110098-tomografia-eleva-o-risco-de-cancer-em-criancas-e-jovens.shtml>>. Acesso em: 12 fev. 2015.

ZAMBONI, L. M. S. **Cientistas, jornalistas e a divulgação científica**: subjetividade e heterogeneidade no discurso da divulgação científica. Campinas: Autores Associados, 2001.

ANEXO A – CAPA DO JORNAL BEM ESTAR DE OUTUBRO DE 2011

ZONA SUL

BEM ESTAR

QUALIDADE DE VIDA

JORNAL DE COLEÇÃO • ANO 3 • Nº 37 • OUTUBRO 2011 • 10.000 EXEMP. • TEL. (51) 3268.4984 • Distribuição gratuita

TERAPIAS INTEGRATIVAS



Pesquisas comprovam efeitos benéficos da Acupuntura e do Reiki

★

GUIA SAÚDE



Líquidos nas refeições proporcionam uma silhueta de garrafa, sem cintura

★

PET



Importantes dicas para cuidar do seu filhote

FAZER O BEM FAZ BEM!

Estudos de casos revelam que pessoas que ajudam outras voluntariamente, não importa o quanto esse trabalho exija, são mais felizes.





Consilio Assessoria Empresarial

Problemas com o SIMPLES NACIONAL?
Busque sua reinclusão, manutenção e parcelamento.
Ligue agora 3273.4984 - CONSULTA GRATUITA.

consilio@consilio.com.br | www.consilio.com.br

ANEXO B – CAPA DO JORNAL BEM ESTAR DE AGOSTO DE 2008

BEM ESTAR

QUALIDADE DE VIDA

JORNAL DE COLEÇÃO • ANO 1 • Nº 05 • AGOSTO 2008 • 7.000 EXEMP. • TEL. (54) 3114.1895 / 9954.2497 • DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

EDIÇÃO
Revista das Hortênsias



Gratuito em Gramado, Curitiba, São Francisco de Paula, Três Lagoas e Nova Princesa

RESPIRAÇÃO



Respirar melhor recupera o ânimo em qualquer situação

CRISE EMOCIONAL



Como navegar quando a situação está tensa e confusa

COMPETIÇÃO



COOPERAÇÃO



AGORA COLORIDO E COM 7000 EXEMPLARES

A maior festa de exaltação da competitividade, os Jogos Olímpicos, reacende as especulações sobre a natureza humana, se competitivo ou solidária. Nesta edição o BEM ESTAR traz uma reflexão diferenciada sobre este tema fundamental.

MOS CERINO
RISTORANTE
Reservas (54) 3286-3544



fitwell
ACADEMIAS
ENTRADA GRATUITA

Rua Marinho Lima, 203
Fone: 54 3262-4117 | www.fitwell.net

O YAZIGI ENSINA, DIVERTE
CONSCIENTIZA. SAIBA COMO NO
WWW.YAZIGI.COM

CANELA: 3282.0095 / GRAMADO 3286.4288
INGLÊS - ESPANHOL - FRANCÊS - INTERCÂMBIO

ANEXO C – REPORTAGEM CIGARROS MAIS VICIANTES AINDA!

BEM ESTAR • Nº 75 • Junho 2014 • 4

Fique Alerta

CIGARROS MAIS VICIANTES AINDA!

ESTUDOS MOSTRAM OS SOFISTICADOS ARTIFÍCIOS DA INDÚSTRIA DO TABACO.

Se você ainda é fumante, saiba que o nível de nicotina dos cigarros atuais é o mesmo, mas artifícios vêm sendo usados para levar mais da substância aos pulmões. Assim, os cigarros atuais aumentam as chances de câncer de pulmão, DPCO e outras doenças, além de serem mais viciantes, apontam dois novos estudos americanos.

Um destes é do “Office of the Surgeon General”, órgão do governo americano, que concluiu que os cigarros de hoje são mais viciantes do que os das décadas anteriores. Não porque tenham mais nicotina, mas porque o seu design vem sendo aperfeiçoado com o objetivo de levar mais da substância aos pulmões. A nicotina é o principal agente do cigarro e é considerada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) uma droga psicoativa que causa dependência. Ao ser inalada, chega em poucos segundos ao cérebro e age no sistema nervoso central.

O relatório se baseou em documentos da indústria. As táticas incluem projetar filtros e papéis para maximizar a ingestão de nicotina, além de adicionar produtos químicos, como a amônia, para aumentar a potência da substância inalada. Cigarros com amônia, liberam mais nicotina.

Outro estudo, da Universidade de Massachusetts, analisou marcas vendidas nos Estados Unidos entre 1998 e 2012. Ele mostrou que embora a quantidade de nicotina tenha se estabilizado neste período, a capacidade do cigarro de levar a substância aos pulmões do fumante aumentou em até 15%. Os cigarros ‘aperfeiçoados’ pela indústria têm o objetivo de provocar mais vício e, consequentemente, mais lucros, às custas da saúde do consumidor. “O investimento que se faz na tecnologia do produto é muito grande e ocorre há muito tempo. O cigarro parece apenas uma porção de tabaco enrolado em papel, mas é mais sofisticado do que uma Ferrari”, comenta Paula Johns, diretora-executiva da ONG ‘Aliança de Controle do Tabagismo’.

Segundo Paula, “não existe um cigarro menos perigoso”. Ela cita estatísticas de que nove em cada dez pessoas que fumam se tornam dependentes, o maior índice de vício entre todas as drogas.

Bom, você já sabe de todos os malefícios e das más intenções desta indústria. Então esforce-se e abandone o que te prejudica tanto.

MICHAL ZACHARZEWSKI/STOCK.XCHINGBE

ANEXO D – REPORTAGEM DOIS ESTUDOS MOSTRAM ARTIFÍCIOS DA INDÚSTRIA PARA TORNAR OS CIGARROS MAIS VICIANTES

DOIS ESTUDOS MOSTRAM OS ARTIFÍCIOS DA INDÚSTRIA PARA TORNAR OS CIGARROS MAIS VICIANTES

Nível de nicotina é o mesmo, mas design vem sendo aperfeiçoado para levar mais da substância aos pulmões

POR FLÁVIA MILHORANCE

01/02/2014 14:00



Vício. Com cigarros fabricados hoje, a nicotina chega mais rápido aos pulmões -
Latinstock

RIO - O ator americano Eric Lawson morreu recentemente, aos 72 anos. Era jovem, atraente, trazia um aspecto viril e seguro quando, como um caubói, fumava tranquilamente o seu cigarro em anúncios da indústria de tabaco dos anos 70. Difícil resistir ao apelo. Mas anos depois, Lawson foi diagnosticado com uma doença pulmonar obstrutiva crônica (DPCO), ocasionada provavelmente por este hábito que, no passado, agregava tantos adjetivos ao seu usuário. Propagandas deste tipo hoje são proibidas, seus riscos à saúde se tornaram inquestionáveis. E mais uma coisa mudou desde este período: os cigarros atuais aumentam as chances de câncer de pulmão, DPCO e outras doenças, além de serem mais viciantes, segundo dois novos estudos americanos.

Um destes é o relatório do "Office of the Surgeon General", órgão do governo americano, que traz uma revisão de sua primeira edição, de 1964, quando os efeitos nocivos do fumo estavam começando a ser revelados. Cinquenta anos depois, além de associar o hábito a uma série de doenças, ele acrescenta que os cigarros hoje são mais viciantes do que os das décadas anteriores. Não porque tenham mais nicotina, mas porque o seu design vem sendo aperfeiçoado com o objetivo de levar mais desta substância aos pulmões. A nicotina é o principal agente do cigarro e é considerada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) uma droga psicoativa que causa dependência. Ao ser inalada, chega em poucos segundos ao cérebro e age no sistema nervoso central.

O relatório se baseou em documentos da indústria apresentados num tribunal de 2006 mostrando como os cigarros foram projetados para este fim. As táticas incluem projetar filtros mais eficientes, selecionar papéis para maximizar a ingestão de nicotina e adicionar produtos químicos para tornar o fumo menos pesado e mais fácil de inalar.

Outro estudo recente da Universidade de Massachusetts, publicado na revista “Nicotine and Tobacco Research” analisou marcas vendidas nos Estados Unidos entre 1998 e 2012. Ele mostrou que embora a quantidade de nicotina tenha se estabilizado neste período, a capacidade do cigarro de levar a substância aos pulmões do fumante aumentou em até 15%. O menor nível foi de 1,65 miligrama por cigarro em 1999, e o mais alto, de 1,89 miligrama, em 2011.

- Pelo menos com relação à recepção de nicotina, nossos resultados vão contra o argumento das indústrias de cigarro, que dizem estar estudando formas de garantir um cigarro menos prejudicial - observou, em entrevista ao GLOBO por e-mail, Wenjun Li, professor do setor de Medicina Preventiva e Comportamental da universidade e autor do estudo.

A Souza Cruz, empresa brasileira de cigarro, ressalta que o estudo extrapola a realidade do país, uma vez que marcas e metodologias são distintas. Disse ainda que há mais de dez anos a Anvisa exige que fabricantes informem os valores de nicotina, além das características físicas dos papéis e do filtro dos cigarros, tais como composição, permeabilidade e gramatura dos papéis, ventilação do filtro e etc.

Cigarro ‘aperfeiçoado’ pela indústria

Não é a primeira vez, no entanto, que este debate é suscitado. Uma pesquisa de uma década atrás feita pela Escola de Medicina de Harvard mostrou que o avanço no mecanismo do cigarro havia levado ao aumento da inalação da substância em 11% em produtos fabricados entre 1997 e 2005, uma média de 1,6% ao ano.

- O investimento que se faz na tecnologia do produto é muito grande e ocorre há muito tempo. O cigarro parece apenas uma porção de tabaco enrolado em papel, mas é mais sofisticado do que uma Ferrari - comenta Paula Johns, diretora-executiva da ONG Aliança de Controle do Tabagismo (ACT). - Inclusive quando houve a primeira iniciativa da FDA (agência reguladora de remédios dos EUA) de limitar as emissões de alcatrão, nicotina e outros aditivos, mais tarde foi descoberto que isto não significava nada, porque havia outras formas de otimizar a liberação de nicotina.

Segundo Paula, “não existe um cigarro menos perigoso”. Ela cita estatísticas de que nove em cada dez pessoas que fumam se tornam dependentes, uma proporção inversa ao álcool, e o maior índice de vício entre todas as drogas.

Uma história que se tornou famosa, aliás, e rendeu até o prêmio Pulitzer de Jornalismo de 1996 ao “Wall Street Journal”, é a de que os produtores evitavam elevar o conteúdo de nicotina nos cigarros, mas usavam produtos químicos, em especial a amônia, para aumentar a potência da substância inalada. Cigarros com amônia, desta forma, liberavam mais nicotina, mas tinham a mesma quantidade química que outros produtos sem o aditivo. Interferência parecida com a que foi apontada nos estudos recém-divulgados, e que, na verdade, vêm ocorrendo desde o início da industrialização do tabaco, segundo Ronaldo Laranjeira, professor de Psiquiatria da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp).

- Há mais de um século, o tabaco era mascado ou fumado na forma de cigarro de palha. O consumo era pequeno e o impacto, restrito. O grande avanço veio com a industrialização do cigarro, quando a absorção ficou mais eficiente. E a indústria vem aperfeiçoando no último século o produto no sentido de causar mais dependência - alerta.

Debate sobre maior controle do cigarro

Nos EUA, estas notícias levantaram a discussão sobre uma maior regulação da indústria por parte do governo. Mas, para Laranjeira, focar no controle do tabagismo pode trazer melhores resultados:

- O governo não consegue controlar o mercado lícito, nem ilícito. Intensificar políticas para reduzir o fumo seria uma ação mais sensata.

Já Paula defende a adoção de medidas de controle, como a proibição de aditivos dos cigarros (cuja resolução da Anvisa entrou ano passado em vigor) e restrições à propaganda e ao uso.

ANEXO E – REPORTAGEM EXAME PERIGOSO

BEM ESTAR • Nº 67 • Outubro 2013 • 4



Fique Alerta

EXAME PERIGOSO

ESTUDO COM 10,9 MILHÕES DE PESSOAS VIU INCIDÊNCIA DE TUMORES CANCERÍGENOS
24% MAIOR EM CRIANÇAS E JOVENS SUBMETIDOS AOS EXAMES DE TOMOGRAFIA.

Crianças e adolescentes que se submetem a tomografias computadorizadas (exame com nível de radiação maior do que um raio-X) têm risco 24% maior de desenvolver câncer do que aqueles que não fizeram o exame. É o que aponta o maior estudo já feito sobre o tema, com um grupo de 10,9 milhões de pessoas de até 19 anos da Austrália.

O risco absoluto de câncer, porém, permanece baixo. Em um grupo de 10 mil jovens, espera-se que 39 casos de câncer ocorram em dez anos. Se cada um deles fizesse uma tomografia, sete casos a mais apareceriam.

A preocupação com as crianças é maior porque seus tecidos ainda estão em formação, o que as torna mais suscetíveis às doses de radiação. A chance delas repetirem o exame e acumularem os efeitos danosos ao longo da vida também é grande.

O estudo mostra um risco aumentado para tumores sólidos (de cérebro,



“O risco com as crianças é maior porque seus tecidos ainda estão em formação, o que as torna mais suscetíveis às doses de radiação. A chance delas repetirem o exame e acumularem os efeitos danosos ao longo da vida também é grande.”

pele, tireoide, trato urinário, órgãos digestivos etc.), leucemia e outros cânceres linfóides, em especial quando a exposição à radiação aconteceu antes dos cinco anos de idade.

PROVIDÊNCIAS

Segundo Lisa Suzuki, radiologista do Hospital Infantil Sabará, SP, campanhas internacionais e protocolos já sugerem a redução da radiação para crianças. Existe inclusive o plano de criar uma “carteira da radiação”, nos moldes das de vacinação, para anotar os exames aos quais a criança foi submetida.

Marcos Menezes, do Centro de Diagnósticos do Hospital Sirio-Libanês, afirma também que os tomógrafos modernos podem ter uma dose de radiação 16 vezes menor que a padrão.

O consenso é de que a indicação do exame tem que ser precisa para evitar radiação desnecessária. “É preciso ter bom senso dos dois lados. Há pais que insistem para que os filhos façam exames mesmo quando o médico acha que não é indicado, e há médicos com a sensação de que os exames resolvem tudo”, diz Suzuki. Já a população deveria pedir por escrito a dose de radiação a que foi submetida e se conscientizar de que exame demais (e desnecessário) faz mal à saúde.

WIKIMEDIA COMMONS

ANEXO F – REPORTAGEM TOMOGRAFIA ELEVA O RISCO DE CÂNCER EM CRIANÇAS E JOVENS

Tomografia eleva o risco de câncer em crianças e jovens

Estudo com 10,9 milhões de pessoas viu incidência 24% maior de tumores entre os submetidos aos exames

Risco absoluto de ter a doença é baixo; foram 46 casos a cada 10 mil pessoas seguidas por uma média de dez anos

MARIANA VERSOLATO - FOLHA DE SÃO PAULO
QUARTA-FEIRA, 3 DE JUNHO DE 2015 23H03



Crianças e adolescentes que se submetem a tomografias computadorizadas (exame com nível de radiação maior do que um raio-X) têm risco 24% maior de desenvolver câncer do que aqueles que não fizeram o exame.

É o que aponta o maior estudo já feito sobre o tema, com um grupo de 10,9 milhões de pessoas de até 19 anos da Austrália. Desse grupo, 680 mil fizeram tomografias ao menos 12 meses antes de um diagnóstico de câncer, para excluir os exames feitos durante a investigação da doença. Os voluntários foram acompanhados por nove anos e meio.

O risco absoluto de câncer, porém, permanece baixo. Em um grupo de 10 mil jovens, espera-se que 39 casos de câncer ocorram em dez anos. Se cada um deles fizesse uma tomografia, sete casos a mais apareceriam.

A preocupação com as crianças é maior porque seus tecidos ainda estão em formação, o que as torna mais suscetíveis às doses de radiação. A chance de elas repetirem o exame e acumularem os efeitos danosos ao longo da vida também é grande.

Recentemente, outras pesquisas apontaram o risco elevado de câncer em jovens que haviam feito o exame. No entanto, segundo os autores do novo estudo, publicado no periódico "British Medical Journal", especialistas em radiação ainda questionavam a validade dos resultados e havia incerteza sobre o risco de câncer ligado à tomografia.

Especialistas dizem que o novo trabalho confirma e consolida as informações que já existiam a respeito. "É um trabalho importante porque havia controvérsia sobre esse risco", diz Lisa Suzuki, radiologista do Hospital Infantil Sabará.

O estudo mostra um risco aumentado para tumores sólidos (de cérebro, pele, tireoide, trato urinário, órgãos digestivos etc.), leucemia e outros cânceres linfoides, em especial quando a exposição à radiação aconteceu antes dos cinco anos de idade.

BOM SENSO

Segundo Suzuki, campanhas internacionais e protocolos já sugerem a redução da radiação para crianças. No Sabará, por exemplo, existe o plano de criar uma "carteira da

radiação", nos moldes da de vacinação, para anotar os exames aos quais a criança foi submetida. Esse controle deve ser lançado no segundo semestre.

Marcos Menezes, coordenador do Centro de Diagnósticos do Hospital Sírio-Libanês, afirma também que os tomógrafos modernos podem ter uma dose de radiação 16 vezes menor que a padrão. "O paciente tem direito de saber e questionar o tipo de tecnologia e a dose de radiação que vai receber e comparar para fazer uma escolha melhor", diz.

Cecilia Maria Lima da Costa, diretora do setor de oncologia pediátrica do A.C. Camargo, diz que exames que não usam radiação, como a ressonância magnética, têm ganhado mais espaço nessa faixa etária, mas, em alguns casos, a tomografia é essencial, como em traumas e acompanhamento de câncer. "É preciso pesar risco e benefício. Se for essencial, vale a pena correr esse risco pequeno", afirma. O consenso é de que a indicação do exame tem que ser precisa para evitar radiação desnecessária.

"É preciso ter bom senso dos dois lados. Há pais que insistem para que os filhos façam exames mesmo quando o médico acha que não é indicado, e há médicos com a sensação de que os exames resolvem tudo", diz Suzuki.

ANEXO G – REPORTAGEM CUIDADOS COM OS ADOÇANTES

5 • Nº 63 • Junho 2013 • BEM ESTAR



Fique Alerta

CUIDADOS COM OS ADOÇANTES

O CONSUMO DIÁRIO MÁXIMO DE ADOÇANTES TEM NORMA INTERNACIONAL E DEVERIA CONSTAR NO RÓTULO DE BEBIDAS DIET E LIGHT.

Ao ingerir uma latinha de Sprite Zero, você já consumiu metade do que deveria em um dia. Se a latinha for de Guaraná Diet, Coca-Cola Light ou Fanta Light você já bebeu 1/3 do limite diário recomendado.

Existem limites estabelecidos internacionalmente e divulgados pelo Idec (Instituto de Defesa do Consumidor). Segundo pesquisa do instituto, que avaliou 24 adoçantes e 25 bebidas dietéticas, nenhum dos produtos contém alertas sobre a sua ingestão diária aceitável (IDA).

O Idec solicita que esses alertas constem nos rótulos. O limite de consumo mais baixo está ligado ao ciclamato sódico, que segundo o Idec, em excesso pode "comprometer a saúde do consumidor". Embora não alertem sobre limites, rótulos de bebidas e alimentos trazem a quantidade de edulcorantes (as substâncias usadas para adoçar) utilizados.

Para a pesquisadora Maria Cecília Toledo, da Universidade Esta-



dual de Campinas, o alarde é excessivo. "A prova da segurança dos edulcorantes é que, se o ciclamato e a sacarina, mais antigos, causassem problemas, haveria uma maior incidência de doenças renais em diabéticos (consumidores regulares dessas substâncias). O ideal, que eu concordo com o Idec, é que a gente tenha uma alimentação variada e consuma diferentes edulcorantes, aí você nunca ultrapassa o limite. Mas uma vez ou duas não é problema". Segundo o Idec, 35% dos lares consomem algum tipo de produto light ou diet.

Alguém de 60 Kg, por exemplo, só deve beber até 1,8 latinhas

de Sprite Zero. Os limites aceitáveis são calculados a partir de doses dadas para ratos todos os dias de suas vidas.

Estudo de uma fundação italiana com ratos, em 2005, afirmou que o aspartame causou leucemia e linfomas nos animais. Mas não há relato de casos em humanos, e estudo recente instituto nacional do câncer (NCI, na sigla em inglês) norte-americano refutou o estudo alegando, entre outras coisas, que as doses dadas aos ratos eram exageradas - o equivalente a 2,9 litros de refrigerante diet por dia para uma pessoa de 75 quilos.

Mas o aspartame não é recomendado para portadores de fenilcetonúria, doença hereditária que se caracteriza pela falta de uma enzima. O ciclamato sódico e a sacarina sódica são contra-indicados para hipertensos.

80 calorias é o que se economiza, aproximadamente, com adoçante no lugar de açúcar, em duas xícaras de café.

STEVE SNODGRASS/FILICKR/DIVULGAÇÃO/BE

ANEXO H – REPORTAGEM *DUAS COLHERES*

Duas Colheres FOLHA DE SÃO PAULO

Consumo diário máximo de adoçantes deve constar no rótulo de bebidas diet e light, pede o Instituto de Defesa do Consumidor; especialista vê exagero

THIAGO MOMM
COLABORAÇÃO PARA A FOLHA



Ao terminar uma latinha de Sprite Zero, você já consumiu metade do que deveria em um dia. Se a latinha for de Guaraná Diet, Coca-Cola Light Lemon ou Fanta Light você já bebeu, aproximadamente, um terço do limite diário recomendado.

Não se trata de nenhuma dieta intransigente que se opõe até mesmo a refrigerantes de baixa caloria. São limites estabelecidos internacionalmente e alardeados pelo Idec (Instituto de Defesa do Consumidor). Em pesquisa publicada há duas semanas, em que 24 adoçantes e 25 bebidas dietéticas foram avaliados, o instituto constatou que nenhum desses produtos contém alertas sobre a sua ingestão diária aceitável (IDA).

O Idec solicita que esses alertas constem nos rótulos. O limite de consumo mais baixo está ligado ao ciclamato sódico, que dita os limites citados no primeiro parágrafo (para uma pessoa de 70 quilos, no caso) e, segundo o Idec, pode "comprometer a saúde do consumidor". Embora não alertem sobre limites, rótulos de bebidas e alimentos trazem a quantidade de edulcorantes (as substâncias usadas para adoçar) utilizados.

Para a pesquisadora Maria Cecília Toledo, da Faculdade de Engenharia de Alimentos da Unicamp (Universidade Estadual de Campinas), o alarde é excessivo. "A prova da segurança dos edulcorantes é que, se o ciclamato e a sacarina, mais antigos, causassem problemas, haveria uma maior incidência de doenças renais em diabéticos [consumidores regulares dessas substâncias]." "O ideal, que eu concordo com o Idec, é que a gente tenha uma alimentação variada e consuma diferentes edulcorantes, aí você nunca ultrapassa o limite. Mas uma vez ou duas não é problema", acrescenta a pesquisadora, afirmando que os testes e estudos com adoçantes são "muito exigentes". Segundo o Idec, 35% dos lares consomem algum tipo de produto light ou diet.