

A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS MÍDIAS SOCIAIS: O CASO DO BLOG *BÚSSOLA*

THE SCIENTIFIC DISCLOSURE ON THE SOCIAL MEDIA: THE CASE OF THE BLOG *BÚSSOLA*

Rejane Ricardo Ferreira¹

Resumo: *A presente pesquisa tem como objetivo compreender como o blog Bússola, que integra o site da revista científica Ciência Hoje, se organiza e em que medida contribui para o processo de divulgação da ciência para a sociedade em geral. Para isso, foram observados aspectos relacionados à organização das informações e as diferentes estratégias discursivas empregadas pelo enunciador com o intuito de informar e também de suscitar maior interesse pela leitura por parte dos internautas. Para a fundamentação teórica, empregou-se a teoria Semiolinguística, que sustenta a noção de contrato de mediatização científica proposto por Charaudeau (2008) e estudos de Adam e Lugin (2000) sobre hiperestrutura. Além disso, aproveitaram-se as categorizações sugeridas por Primo (2011) acerca do termo Interatividade e as considerações propostas por Xavier (2009) que abordam a noção de Hipertexto, pois se levou em conta que o blog possui características pertinentes às iniciativas de webjornalismo. Utilizou-se na presente pesquisa ideia apresentada por estudiosos da divulgação científica como Charaudeau (2008) e Vogt (2006), entre outros. O desafio deste estudo é mostrar que a simplicidade do discurso empregado, a escolha de imagens e de sinais de pontuação e a organização de uma postagem no blog formam um conjunto de estratégias que podem servir para transformar a linguagem científica em uma linguagem acessível a todos.*

Palavras-chave: *Blog; Mediatização científica; Popularização da ciência.*

Abstract: *This research aims to understand how the blog Compass, which includes the site of the journal Science Today, is organized and to what extent contributes to the process of dissemination of science to society in general. For this, aspects related to the organization of information and the different discursive strategies employed by the enunciator in order to inform and also to raise greater interest in reading by netizens were observed. For the theoretical framework, we used the semiolinguistics theory, which holds scientific media coverage of the concept of contract proposed by Charaudeau (2008) and studies of Adam and Lugin (2000) on hyperstructure. Furthermore, took advantage of the categorizations suggested by Primo (2011) about the Interactivity term and considerations proposed by Xavier (2009) that address the notion of Hypertext because it took into account that the blog has relevant characteristics of web journalism initiatives. Was used in this research ideas presented by students of science communication as Charaudeau (2008) and Vogt (2006), among others. The challenge of this study is to show that the simplicity of employee speech, the choice of images and punctuation and the organization of a blog post form a set of strategies that can be used to transform the scientific language in a language accessible to all.*

Keywords: *Blog; Scientific media coverage; Popularization of science.*

Introdução

Atualmente, diferentes mídias têm se ocupado com a prática de divulgação da ciência para a sociedade em geral, fato que, em tese, facilitaria o acesso de um número maior de pessoas a essas informações. Segundo Souza e Silveira (2001), a mídia é o meio mais

¹ Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Mestra em Linguística Aplicada pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Porto Alegre, Brasil. E-mail: rejane.ferreira@gmail.com.

eficiente de popularização da ciência. Os autores justificam essa crença afirmando que esses meios de comunicação atingem pessoas de diferentes níveis socioculturais, pois atuam como intermediários que fazem usos de vários canais de comunicação e linguagens para transmitir as novidades científicas aos diversos segmentos da sociedade.

Com o surgimento da internet, muitos suportes de gêneros foram criados e incorporados ao meio virtual, como o blog, por exemplo. Dentre diversos blogs que foram observados, selecionou-se, para a realização deste estudo, o *Bússola*, que integra o site da revista científica *Ciência Hoje*.

A escolha do *corpus* pode ser justificada pelo fato de que as iniciativas de divulgação científica presentes em blogs, em geral, apresentam assuntos ligados à ciência com imagens e recursos que instigam o internauta a uma nova leitura. E, ao mesmo tempo, o uso, por eles, de uma linguagem de fácil compreensão, característica da divulgação científica e desse suporte de gêneros, agiliza e facilita o entendimento da informação por parte do leitor.

Nessa perspectiva, a presente pesquisa tem como objetivo principal compreender a organização e a contribuição do blog *Bússola* para o processo de divulgação da ciência para o público em geral. Para isso, considerou-se necessário conhecer o funcionamento do blog, observando atentamente as opções realizadas por essa mídia acerca da organização das informações postadas nesse suporte de gêneros. Por outro lado, em relação às postagens de textos, analisaram-se estratégias discursivas da midiaticização da ciência que são empregadas com o intuito de agilizar o entendimento da postagem por parte dos internautas e também despertar algo no leitor.

O presente estudo representa um pequeno recorte do amplo campo de pesquisas, que pode e deve ser explorado por pesquisadores que se preocupam e reconhecem a divulgação científica como uma prática fundamental para proporcionar o desenvolvimento da sociedade e o crescimento do país.

2 A divulgação científica e a revolução das mídias sociais

Dentro dos propósitos deste artigo, não faremos distinção entre “popularização da ciência” e “divulgação científica”. Decidiu-se usar indiferentemente esses termos, pois divulgar e popularizar são duas ações que se complementam e enriquecem o processo em estudo: o de aproximar a ciência do público em geral.

Nesse sentido, é sabido que existem diferentes terminologias para uma mesma prática, assim como se podem constatar diferentes concepções acerca do discurso de divulgação da ciência a um público não especialista. Para a presente exposição, selecionaram-se concepções acerca do tema de pesquisadores e linguistas como Patrick Charaudeau (2008a) e Carlos Vogt (2006, 2009). Parte-se da concepção de Charaudeau (2008a) acerca do discurso de divulgação científica que, nas palavras do autor, resulta da transformação de um discurso complexo em um discurso acessível e de fácil compreensão. Para que isso ocorra, os parceiros de um ato de comunicação que objetivam divulgar a ciência precisam estar cientes da situação de comunicação de que fazem parte. Portanto, é a situação de comunicação que determina a distinção entre discurso científico e discurso de divulgação científica. Charaudeau (2008a) postula que as características do discurso de divulgação científica estão diretamente atreladas ao contexto no qual esse discurso foi produzido e à finalidade para a qual foi construído.

De acordo com Vogt (2006), coordenador do Labjor² da Unicamp e da revista *Comciência*³, é possível estar informado dos acontecimentos científicos sem estar envolvido diretamente no processo de produção ou de aprendizagem da ciência, pensamento que vem ao encontro das ideias de todos os autores mencionados na presente pesquisa. Para ele, isso é possível, através da divulgação científica, pois por meio dessa prática a ciência se insere no cotidiano da população.

Alguns avanços têm impulsionado o crescimento do interesse da população por ciência. As diferentes iniciativas de popularização científica que usam a *web* para buscar cada vez mais um número maior de adeptos contribuem para que esse progresso seja percebido. Por esse motivo, é preciso estar capacitado para receber as informações necessárias para lidar com as ferramentas tecnológicas a que se tem acesso todos os dias.

A velocidade das transformações no ambiente virtual é extremamente rápida e não poderia ser diferente em um espaço que hoje conecta milhões de pessoas interagindo através de ferramentas que permitem não só a comunicação, mas também a colaboração para produção e publicação de conteúdo. Sobre o tema, Xavier (2009, p. 21) assevera que “dentre tantas mudanças, destaca-se a instauração de uma nova ordem mundial: a tecnocracia.” Para ele, essa nova ordem se apresenta inevitável, devido à globalização e à agilidade para colocar em prática as diversas novas tecnologias que surgem diariamente aos nossos olhos.

Xavier enfatiza que, na tecnocracia, percebe-se o movimento pós-moderno:

² Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo. Disponível em < <http://www.labjor.unicamp.br/>>

³ Disponível em < <http://www.comciencia.br/comciencia/>>

A tecnocracia foi se impondo aos poucos, ocupando espaços ociosos, permeando pequenos gestos do cotidiano dos cidadãos em suas ações mais banais, como: realizar uma operação financeira em um caixa-eletrônico, acionar as funções do DVD, usar o controle-remoto, e até mesmo preencher a declaração de imposto de renda para prestação anual de contas ao Fisco por meio de preenchimento e envio *online* dos formulários para o banco de dados da Receita Federal. Do mecânico ao digital, sutilmente fomos conduzidos ao mundo ultratecnológico (XAVIER, 2009, p. 21).

Certamente, essas inovações tecnológicas atingem, de alguma forma, nossos hábitos e habilidades sensitivas e racionais. Nesse contexto, é possível constatar a inegável presença da tecnologia para se criar e divulgar informação e também para produzir conhecimento. Segundo Pierre Lévy (2000, p. 13) “o espaço cibernético é o terreno onde está funcionando a humanidade hoje”. Ele considera a internet um novo espaço de interação humana que tem contribuído muito para o desenvolvimento do domínio científico e que se estende diariamente a outros domínios. O autor defende ainda que:

Com o espaço cibernético, temos uma ferramenta de comunicação muito diferente da mídia clássica, porque é nesse espaço que todas as mensagens se tornam interativas, ganham uma plasticidade e têm uma possibilidade de metamorfose imediata (LÉVY, 2000, p.13).

É essa interação que vai facilitar o aprendizado, pensando-se no ambiente didático com auxílio dos hipertextos. Tais recursos ampliam os conhecimentos daqueles que buscam o “saber” na Internet e proporcionam um enriquecimento ímpar de informações através dos múltiplos *links*, presentes nestes textos.

Em relação às formas de se produzir e divulgar a ciência, a Internet possibilita novas formas de sistematizar a informação. Neste aspecto, para a produção científica, a Internet aparece como uma espécie de biblioteca virtual, na qual diariamente novas informações científicas são disponibilizadas.

Segundo Andre Telles, publicitário pioneiro do *marketing* digital no Brasil, a *Web 2.0* deve fornecer entretenimento, engajamento e identificação à geração digital que corresponde à sociedade atual. Sobre esse assunto, Telles (2009) aponta que, para que os internautas de hoje possam querer voltar a algum site específico, eles precisam se identificar com ele de alguma maneira, e o primeiro passo seria ter acesso a informações fáceis, relevantes e personalizadas. É esse o perfil de um internauta que integra a geração digital, ou seja, que se comunica em movimento, que se comporta de forma muito mais crítica e opinativa, que quer velocidade e tem raciocínio rápido. A leitura não linear, devido à presença de hipertextos,

chama a atenção dos internautas e agiliza a leitura. Por hipertexto entende-se um texto que permite, por meio de links, que o usuário tenha acesso a outros sites, ambientes e informações. Telles (2009, p. 39) certifica que, hoje, cerca de 50 a 100 milhões de blogueiros se comunicam pela Internet, expressando ideias e experiências com produtos e compartilhando informações sobre empresas e negócios com auxílio dos hipertextos.

O blog tem revolucionado o ambiente digital. De acordo com Fábio Malini (2008), o surgimento dos blogs ocorreu no ano de 1997, quando o termo *weblog* foi criado pelo norte-americano Jorn Barger para se referir ao seu jornal *online* Robot Wisdom (<<http://www.robotwisdom.com/>>). O termo surgiu da soma dos vocábulos *web* (Internet) e *log* (diário ou bloco de anotações), ou seja, diário na Internet. Naquela época, o blog era uma ferramenta que indicava, através de *links*, páginas interessantes encontradas na Internet.

Outra característica defendida por Malini (2008) e por Recuero (2003) está relacionada aos espaços existentes nos blogs em que o leitor pode fazer comentários, tanto positivos quanto negativos, acerca das informações publicadas. Recuero, através de diversos estudos, constatou que uma parcela significativa dos blogs possibilita que seus leitores opinem e participem, ainda que de modo indireto. A autora considera essa ferramenta como algo popular que proporciona aos leitores a possibilidade de interação entre autor e leitor, e também entre os próprios internautas, sobre as informações postadas naquele espaço.

Ao mesmo tempo, é preciso levar em consideração a existência de uma constante evolução tecnológica, o que dificulta uma delimitação mais precisa desse objeto de estudo e de qualquer outro objeto que esteja relacionado a fenômenos da comunicação mediada pelo computador.

A interatividade, uma das características que se mantêm nos blogs, recebeu maior ênfase nas últimas décadas com uma revolução das mídias sociais. Para Primo (2008, p. 124), as interações, em especial em blogs, constituem um fenômeno social emergente, em constante mutação, que escapa a qualquer intenção normatizadora.

Acreditamos que esse reconhecimento fará emergir a importância da influência dos blogs no rumo da sociedade e das organizações. Além disso, popularizar a ciência por meio de textos postados em um suporte popular, como o blog, significa que o público alvo será atingido e, conseqüentemente, informado.

3 Quadro teórico e metodológico

Em relação à coleta de dados, o período compreendido para a análise do blog foi de 1º a 30 de novembro de 2010. No período mencionado, o blog foi observado com o intuito de descrever a organização e as escolhas que foram realizadas por seu editor, a fim de captar e informar leitores que integram uma geração digital.

A metodologia de análise do estudo em andamento está ancorada na teoria semiolinguística de Charaudeau (2008a, 2008b e 2009), nos estudos de Adam e Lugin (2000) sobre hiperestrutura e também na noção de interatividade e hipertexto segundo Primo (2011) e Xavier (2009), respectivamente.

Os blogs de revistas científicas são construídos com a finalidade de divulgar a ciência. Com base nessa percepção inicial, o intuito é verificar como ocorre a prática de divulgação científica e quais seriam as escolhas realizadas por essas mídias que visam captar leitores ativos que opinam e se expressam na rede. Com esse intuito, realizou-se um estudo com metodologia de análise qualitativa. A seleção da revista foi realizada com base na credibilidade e na importância que ela tem no âmbito da divulgação da ciência.

A revista *Ciência Hoje* é vinculada ao Instituto Ciência Hoje (ICH), uma organização social de interesse público sem fins lucrativos, e atrelada à Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC). A *Ciência Hoje* também é responsável por projetos de divulgação científica, por meio de uma série de publicações, entre elas, a revista *Ciência Hoje das Crianças* e a *Ciência Hoje na Escola*. O ICH publicou a primeira revista em 1982 e, desde 1997, mantém um portal de divulgação científica na Internet: o *Ciência Hoje On-line*.

Voltada ao público adulto, a revista *Ciência Hoje* oferece um panorama amplo da produção intelectual e tecnológica das universidades, institutos e centros de pesquisa nacionais e dos avanços da ciência internacional. Com projeto gráfico moderno e linguagem didática, a publicação se dirige, segundo informações do próprio site⁴, à comunidade acadêmica, aos professores, aos estudantes de ensino médio e à sociedade em geral. A *Ciência Hoje On-line* é uma iniciativa pioneira de divulgação científica na internet brasileira. Além de disponibilizar parte do conteúdo das publicações do ICH, o portal publica notícias exclusivas e atualizadas diariamente, que oferecem ao leitor uma cobertura dinâmica da atualidade científica no Brasil e no mundo.

⁴ Disponível em <<http://cienciahoje.uol.com.br/sobre/quem-somos>> Acesso em 12 de mai. 2010

O *Bússola*, blog do site da revista *Ciência Hoje*, em funcionamento desde 04 de novembro de 2009, é atualizado pelos jornalistas da **CH On-line** e da **CH impressa**. No período analisado, foram publicadas no blog nove reportagens sobre a atualidade científica no Brasil e no mundo.

A análise empreendida se volta para a organização do blog, o que permite refletir acerca da contribuição desse suporte para o processo de divulgação da ciência para um público que busca agilidade e interatividade ao mesmo tempo. Para isso, direcionaremos nosso olhar para as características do contrato de comunicação que se faz presente no site e também no blog. A partir das especificidades de um contrato, o locutor empregará estratégias icônico-discursivas, isto é, fará as escolhas dos “modos de dizer” com o intuito de produzir determinados efeitos nos destinatários – os interlocutores.

A fim de analisarmos a organização do blog, empregamos os estudos de hiperestrutura que possibilitam a observação do blog como um “íconotexto”, pois ele apresenta “uma mescla de imagens, textos e fotos em uma página da *web*” (MAINGUENEAU, 2010, p. 136). Adam e Lugin (2000) citam alguns elementos que podem integrar uma hiperestrutura presente em um “íconotexto”, como, por exemplo, o recurso de edição chamado “olho” que objetiva “anunciar os melhores trechos de um texto”⁵, e o uso de recursos de computação gráfica. Os elementos apontados por Adam e Lugin estão presentes no jornalismo impresso e também no jornalismo na *web*. Entretanto, no blog, pode-se perceber a presença não só desses elementos, mas também de outras ferramentas e recursos que integram essa organização e que não são citados pelos autores, pois o estudo realizado contempla o jornalismo impresso.

Com o intuito de analisar as categorias que integram o contrato de mediação científica presente nas postagens, foram observadas as concepções de Charaudeau. As categorias postuladas pelo autor possibilitam a análise de um contrato específico e dos elementos que o compõem. Para Charaudeau (2009), cada prática social estabelece uma organização em relação a suas escolhas de linguagem. Por esse motivo, identificamos nesse suporte, em um primeiro momento, as quatro restrições eleitas por Charaudeau (2008a) que emergem da organização discursiva de um contrato de comunicação midiático.

A fim de analisar o *corpus* coletado, se realizará também a identificação igualmente dos elementos que compõem o contrato midiático: as *identidades* dos sujeitos, a *finalidade* do contrato, o *tema* e o dispositivo, que emergem do site da revista científica no qual o blog está inserido. E, posteriormente, partir-se-á para a identificação dessas categorias no blog.

⁵ Disponível em <www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_edicao_o.htm> Acesso em 11 de mar. 2012

Em seguida, será efetuada uma observação atenta do blog no todo, levando em consideração a organização das informações, ou seja, a hiperestrutura existente nesse suporte. Será realizada também a identificação dos elementos que possibilitam que ocorra interatividade. A interatividade, segundo Primo (2011, p. 57), pode ser categorizada de duas formas: interação mútua ou reativa. A primeira diz respeito às “trocas” que não podem ser previstas, como ocorre, por exemplo, nos espaços para comentários. A segunda se refere às participações dos internautas na rede que são totalmente previsíveis. Podemos citar, como exemplo de interações previsíveis, *links* que buscam a opinião dos leitores por meio de apenas um clique.

Com o intuito de identificarmos os índices de interatividade do blog em estudo, enumeramos os canais que possibilitam a ocorrência de trocas entre leitor e blog, ou, até mesmo, entre leitor e leitor. Serão considerados como canais de interatividade: espaço para comentários, *link* para indicação do site e para compartilhar o site com outras pessoas por meio de redes sociais: *Facebook* e *Twitter*. Para tratar dessa participação ativa dos internautas na rede, levar-se-ão em consideração as categorizações de Primo (2011) acerca da interatividade presente no ambiente digital.

4 Análise das postagens do blog *Bússola*

Analizamos três das nove postagens realizadas no blog, no período que compreendeu a coleta de dados, com o intuito de ilustrar a organização dos textos que são postados no blog da revista *Ciência Hoje*. Não foram analisadas as nove postagens devido à semelhança existente entre elas. Por esse motivo, optou-se pela observação e análise apenas das postagens que apresentassem diversidade de elementos de composição.

As notícias postadas são muito semelhantes à forma como são organizados esses textos no jornalismo impresso, conforme constatamos nas análises das postagens que seguem.

A publicação intitulada "Você está ficando relaxada...", primeira postagem analisada, foi publicada no blog no dia 1º de novembro de 2010, pelo jornalista Thiago Camelo. Trata-se de uma entrevista realizada com uma repórter da CH que se submeteu a uma sessão de hipnose para preparar uma matéria sobre o uso científico dessa técnica.

Acerca da temática da publicação, sabe-se que a hipnose não é reconhecida pela sociedade em geral como um recurso terapêutico, mas sim como uma “espécie de mágica

capaz de produzir fenômenos que não se inscrevem no rol das coisas consideradas normais”⁶.

O título da entrevista é uma alusão a algo conhecido popularmente sobre a hipnose ou estados de relaxamento. Em sessões de hipnose a frase “Você está ficando relaxada...” é recorrente, desse modo, o título permite ao leitor uma associação de ideias.

O uso das aspas no título, uma das marcas da alusão, remete o leitor a uma fala presente em sessões de hipnose, conforme já dito, e, ao mesmo tempo, apresenta uma manifestação explícita de um enunciador do texto publicado, esse recurso antecipa o assunto da postagem e visa atrair os internautas para aquela leitura. O uso dessa alusão, por parte dos locutores de um texto de divulgação científica, assinala a existência da restrição de legibilidade, pois aproxima o leitor do tema da publicação. A alusão permite ao leitor uma associação de ideias através da ativação da memória e também do conhecimento de mundo que ele possui em relação ao assunto.

Outra característica emerge da publicação analisada e certifica a presença dessa restrição – a *figurabilidade*. Ela visa, por meio de procedimentos escrito-visuais, uma compreensão mais imediata e a captura do interesse do leitor. Na postagem observada, o autor mostra ter esse intuito, pois publica uma foto de uma pessoa em uma escada rolante com a seguinte legenda: “imaginar-se em uma escada rolante é um procedimento típico para induzir a hipnose”. A imagem adianta uma das falas da entrevistada e, ao mesmo tempo, é capaz de capturar o interesse do leitor, já que a figura aparece logo abaixo da *linha fina*, isto é, antes do corpo do texto, fato que induz ao leitor o desejo de contextualizá-la.

Da escolha temática realizada por Thiago Camelo em sua publicação, também emerge a restrição de visibilidade, pois a notícia apresenta um assunto que pode suscitar reflexões de ordem ética e moral. Sites sobre o tema⁷ afirmam que a hipnose seria capaz de oferecer cura para a dependência química e a obesidade, por exemplo. Nesse sentido, o mistério e a curiosidade suscitados pelo assunto teriam o poder de chamar a atenção de um grande número de internautas.

A postagem traz à tona a ideia do sobrenatural e, ao mesmo tempo, o tema da publicação transgride as normas sociais de comportamento, isto é, o aceitável socialmente. Ambas as características remetem à restrição de *emocionalidade*, pois carregam o poder de despertar alguma emoção no leitor, isto é, suscitam reações de ordem emocional.

⁶Disponível em <<http://www.hipnose.org/>> Acesso em 12 jan. 2012.

⁷Disponível em <http://ocultosesobrenaturais.blogspot.com/2011/03/hipnose.html> Acesso em 12/mar/2012

Em relação aos elementos que organizam as informações na página do blog, a entrevista não foi dividida em blocos de textos: as próprias perguntas organizaram a postagem, devido ao formato pergunta e resposta.

A imagem com legenda (figura 1) que integra a postagem pode ser considerada um elemento organizador da hiperestrutura da página, pois serve para antecipar as informações que seguem. As imagens são capazes de chamar a atenção do leitor antes mesmo que ele tenha acesso ao título da notícia. Por esse motivo, ela deve funcionar como uma união do recurso “olho”, frase em destaque na página, com o recurso da imagem. Ao lê-la, o internauta vai se sentir instigado, por essa inspiração visual, a localizar a imagem no texto.

Outros elementos que integram a hiperestrutura são os *links* de hipertextos que têm a função de acrescentar informações a postagem e, ao mesmo tempo, imprimir clareza ao texto.

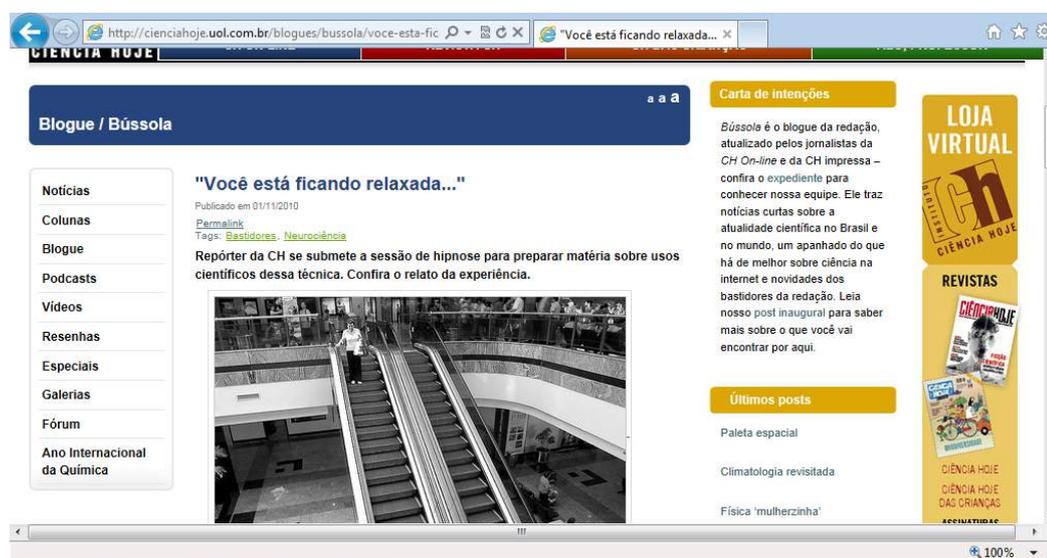


Figura 1: Hiperestrutura - Blog

Imagem extraída do site: <http://cienciahoje.uol.com.br/blogues/bussola/voce-esta-ficando-relaxada>

Na postagem analisada, o hipertexto (figura 2) foi inserido na entrevista para que o leitor tenha a possibilidade de esclarecer o significado de uma expressão. Ao clicar no *link* do hipertexto “jornalismo gonzo”, o internauta é direcionado para o site *Wikipédia*. O uso desse recurso na postagem mostra que o editor busca facilitar o entendimento por parte de um público leigo, fato que também caracteriza a restrição de seriedade. A escolha de estratégias, por parte dos editores, que possibilitem a um leitor leigo tirar dúvidas acerca de expressões que ele desconhece está diretamente relacionada a essa restrição, pois expressa uma preocupação do locutor com o público que terá acesso àquela publicação.

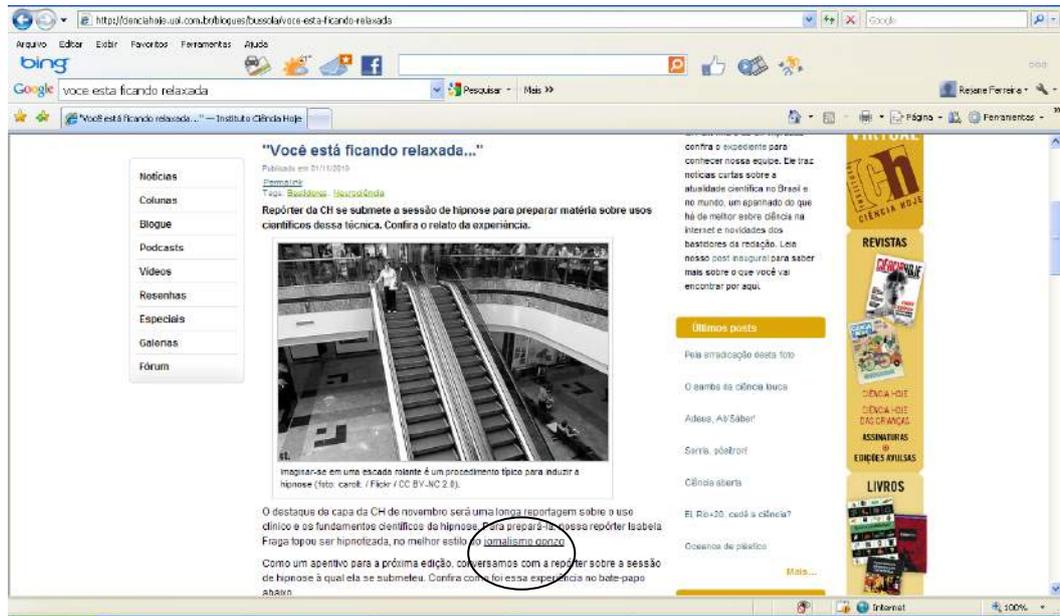


Figura 2: Link para o Hipertexto presente na postagem *Você está ficando relaxada...*

Imagem extraída do site: <http://cienciahoje.uol.com.br/blogs/bussola/voce-esta-ficando-relaxada>

Portanto, o uso do hipertexto tem o intuito de atender a um leitor específico, sem alterar o percurso de leitura de um público conhecedor do assunto, e de proporcionar a interatividade.

Em relação aos recursos que proporcionam a interatividade no blog, além do *link* para o hipertexto, constata-se que, até o momento das análises, nove usuários haviam clicado no *link* “curtiu” para registrarem suas opiniões acerca da postagem lida. Além disso, três leitores postaram comentários escritos.

A dinâmica dos comentários que ocorrem neste espaço é bastante curiosa, pois cada usuário pode cadastrar um *login*, se preferir, para postar seu comentário. Esse *login* permite que qualquer internauta possa ter acesso ao perfil de um usuário que postou comentário escrito ou que tenha clicado no *link* “curtiu”. Ao clicar na foto ou no nome do internauta, podemos ter acesso ao perfil que o usuário possui nas redes sociais e, além disso, é possível ter acesso aos comentários que ele já realizou no site. A publicidade também pode ser praticada por meio desse espaço.

Ao focarmos no comentário postado pelo usuário “David Bitterman”, verificamos que o leitor tem dois objetivos. O primeiro dá conta de ressaltar, sob seu ponto de vista, a importância do tema do texto, a hipnose, isto é, ele expressa a relevância do tema da entrevista. O segundo objetivo, sem dúvida, é o de divulgar o trabalho do usuário, pois, ao

final do comentário, ele inseriu um *link* que dá acesso ao site “Hipnose Curitiba”, local de trabalho desse leitor.

Por outro lado, o usuário “Marcoviola” optou pela postagem de uma pergunta direcionada à repórter que realizou a entrevista sobre sua experiência com a hipnose. O internauta questiona se a repórter já se sente agora mais à vontade para falar em público. A pergunta revela que a entrevista aguçou a curiosidade deste, tanto que ele quer descobrir se a hipnose funcionou, isto é, se acabou com a dificuldade de lidar com o público que a repórter mencionou no momento em que passou pelo procedimento.

Já o usuário “Ricardinho” apenas elogia e expressa sua admiração pela entrevista que foi realizada. Os comentários escritos expressam o interesse dos internautas pela temática da entrevista publicada, isto é, a postagem suscitou algum tipo de reação nesse público.

A segunda postagem analisada, intitulada “Onde o virtual e o elétrico se encontram”, foi publicada em 10 de novembro de 2010 pela jornalista Carolina Drago. A notícia informa os internautas sobre a existência de um museu virtual, um site que hospeda diversas informações e imagens de máquinas elétricas antigas. Através do site, pode-se também ter acesso à história das máquinas desde sua criação, no século 19. Parte da publicação pode ser visualizada na figura 3.



Figura 3: Postagem –*Onde o virtual e o elétrico se encontram*.

Imagem extraída do site: <http://cienciahoje.uol.com.br/blogues/bussola/onde-o-virtual-e-o-eletrico-se-encontram>

Considerando as restrições presentes no discurso de divulgação científica midiática, conforme postula Charaudeau, o tema da postagem realizada por Carolina Drago apresenta

marcas da restrição de *visibilidade*. Evoluções tecnológicas chamam a atenção de diferentes públicos e, além disso, o tema da publicação remete o leitor à reflexão acerca de uma questão ética ligada à valorização dos museus, uma prática que está diretamente relacionada à política de divulgação científica. O acervo apresentado pela notícia teria o poder de difundir a cultura e suscitar a curiosidade das pessoas acerca do tema.

Em relação à presença de outras restrições que integram o quadro de midiatização científica, constatamos que as duas imagens publicadas (figuras 3 e 4) assim como o título da postagem marcam a existência da restrição de *legibilidade*.



Figura 4: Imagem –Onde o virtual e o elétrico se encontram

Imagem extraída do site: <http://cienciahoje.uol.com.br/blogues/bussola/onde-o-virtual-e-o-eletrico-se-encontram/>

A *figurabilidade* aparece por meio das imagens de máquinas do século 19, pois o uso dessas imagens proporciona ao leitor uma compreensão imediata do que trata a postagem e de que tipo de maquinário esse museu virtual se ocupa. É no título que podemos perceber a preocupação do locutor da postagem com a *simplicidade* da linguagem. O título “Onde o virtual e o elétrico se encontram” é claro e objetivo, as palavras que o compõem podem ser entendidas por qualquer internauta. A *simplicidade* ao lado da *figurabilidade* caracteriza e sustenta a restrição de *legibilidade*.

As imagens que remetem à restrição de legibilidade também mostram a tentativa do autor da publicação de tornar a postagem acessível para um público que não tem muitas informações acerca do assunto postado. A imagem tem papel significativo como argumento

de autoridade e, por esse motivo, ao lado dos hipertextos, marca a existência da restrição de *seriedade*. O emprego da restrição de seriedade fica claro quando a autora faz uso de imagens que explicitam o tema do texto, é perceptível a preocupação da autora com os leigos que terão acesso àquela postagem. Por esse motivo, além do texto, as imagens ocupam um importante papel em relação à prática de divulgação científica e aproximam o leitor da publicação.

Com o intuito de captar o leitor e imprimir na publicação marcas da restrição de *emocionalidade*, a postagem traz a ideia do novo, do diferente, fato que pode despertar algum sentimento ou emoção nesse leitor.

Em relação à hiperestrutura, isto é, à composição dos elementos na página, a notícia traz duas imagens (figuras 3 e 4) de duas invenções elétricas do século 19 que estão no site do acervo. As figuras suscitam o interesse do leitor pelo texto postado e, ao mesmo tempo, atuam no texto como elementos que servem para fragmentar a publicação, com isso o leitor pode começar a leitura por onde quiser.

A jornalista optou também pelo uso de “olhos” (figuras 5 e 6) que servem para agilizar a leitura. O primeiro “olho” (figura 5) resume o primeiro bloco da notícia, já o segundo (figura 6) oportuniza ao leitor ter acesso a um dos conteúdos que está disposto no último bloco do texto. Por meio desse recurso, o leitor pode ter uma ideia bastante objetiva do que trata aquela notícia, sem precisar ler o texto na íntegra. Tal recurso funciona como um acesso direto ao assunto da reportagem. Sendo assim, o internauta, ao acessar o blog, pode construir o trajeto de leitura conforme seu interesse, isto é, antes mesmo de realizar a leitura do texto, pode ter acesso às informações que aparecem em destaque e medir seu interesse acerca do assunto.

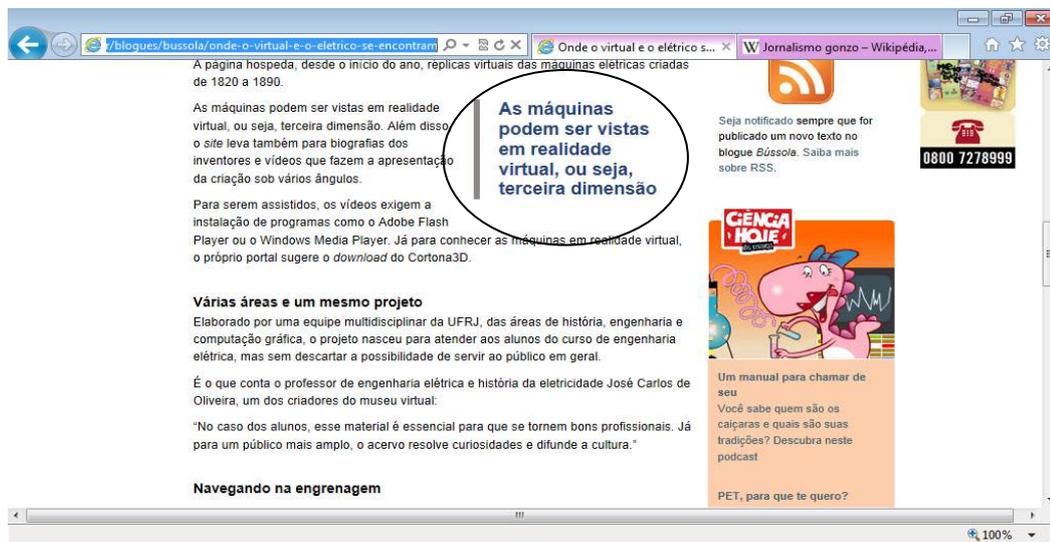


Figura 5: Elementos de hiperestrutura– “olho”

Imagem extraída do site: <http://cienciahoje.uol.com.br/blogues/bussola/onde-o-virtual-e-o-eletrico-se-encontram>

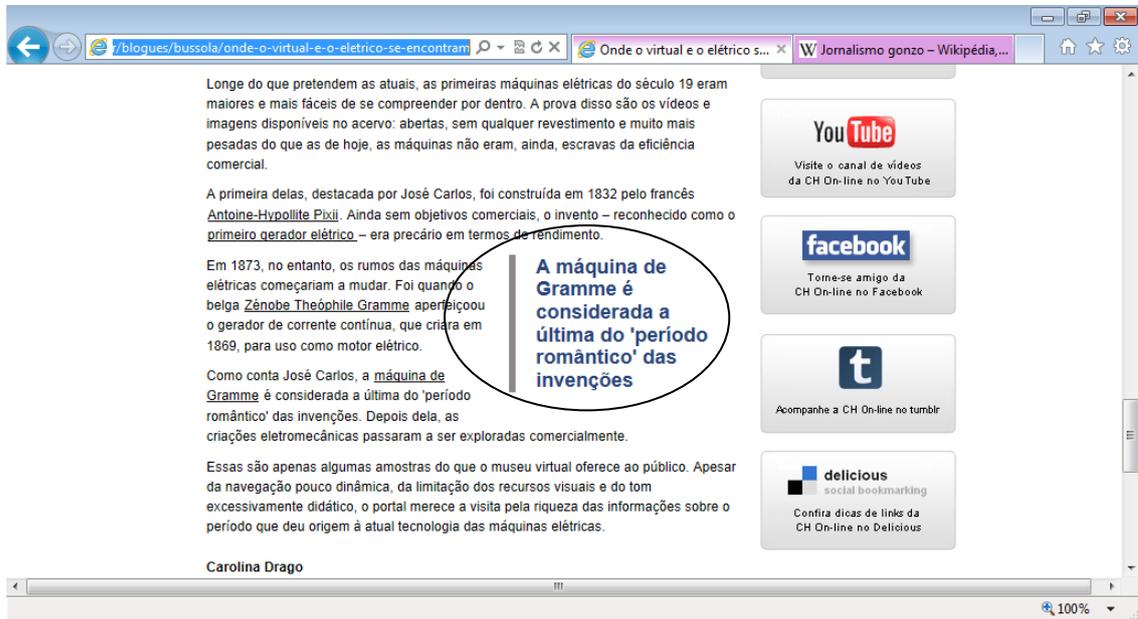


Figura 6: Elementos de hiperestrutura– “olho”

Imagem extraída do site: <http://cienciahoje.uol.com.br/blogues/bussola/onde-o-virtual-e-o-eletrico-se-encontram>

O texto é organizado em pequenos blocos que são separados por intertítulos, o que autoriza ao leitor uma leitura não linear. Os intertítulos organizam o pensamento do leitor por tópicos, e também dão ao texto uma leveza que favorece a sua leitura.

O internauta ainda pode acessar um *link* de hipertexto, se não souber o que é um gerador elétrico. Todos os hipertextos que a autora indica em sua reportagem remetem ao site do museu, ou seja, oferecem múltiplos caminhos e destinos, deixando assim, os usuários livres para usufruírem das informações e agirem de forma ativa sobre as mensagens. Carolina Drago, ao fazer uso dos hipertextos, disponibiliza ao leitor alguns esclarecimentos, que visam a lhe proporcionar um melhor entendimento acerca de nomenclaturas de máquinas e de personagens importantes nesse campo. Por exemplo, os *links*: *Anel de Gramme*, *máquina de Clarke*, *motor de Tesla*, que aparecem na publicação, remetem a sites que conceituam essas expressões, observe as imagens (Figuras 7, 8 e 9)



Figura 7: Hipertexto - Anel de Gramme
Imagem extraída do site: http://www.dee.ufrj.br/Museu/anel_gramme.html

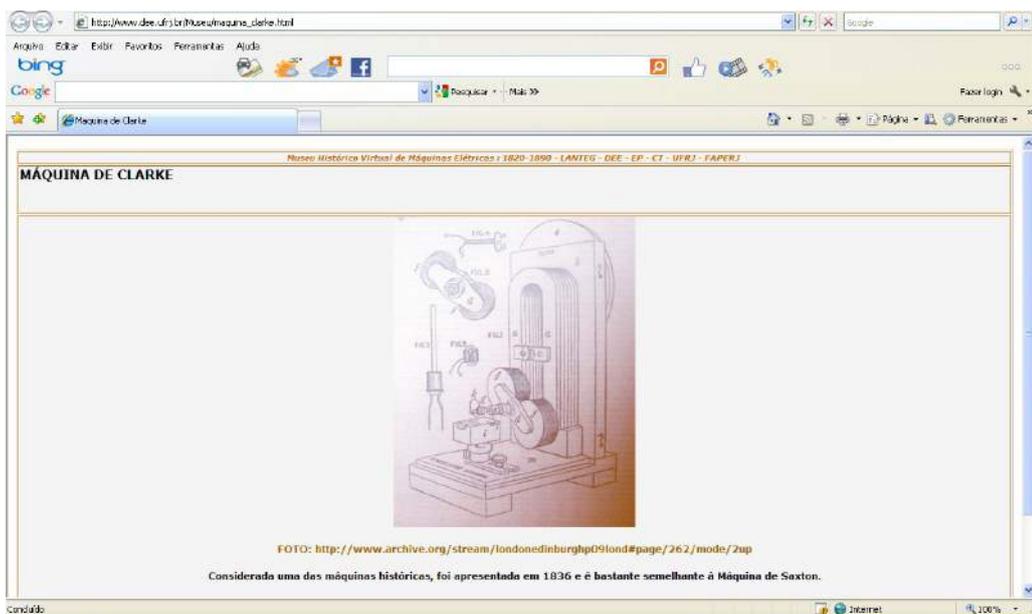


Figura 8: Hipertexto – Máquina de Clarke
Imagem extraída do site: http://www.dee.ufrj.br/Museu/machine_clarke.html



Figura 9: Hipertexto – Motor Tesla

Imagem extraída do site: http://www.dee.ufrj.br/Museu/motor_tesla.html

Até o momento da coleta do *corpus*, nenhuma participação ativa foi realizada pelos internautas nesta postagem. Nenhum leitor “curtiu” e o mesmo ocorreu com os comentários escritos. A justificativa pode estar relacionada ao fato de que grande parte das pessoas não se interessa por visitas a museus, ao que tudo indica, nem mesmo virtualmente, o que vem ao encontro dos dados da pesquisa realizada em 2010 pelo Ministério de Ciência e Tecnologia. O órgão constatou que apenas 1% da população brasileira realiza essa prática com frequência. Por outro lado, é possível também que essa iniciativa possa ser considerada como um tanto nova, muitos museus ainda não usam todas as potencialidades que a Internet pode oferecer.

A falta de comentários mostra que talvez os leitores ainda não possuam uma opinião formada sobre o assunto. Por algum motivo, as interações não ocorreram, os internautas não foram motivados à prática dessa ação.

O jornalista Roberto Barros de Carvalho, em 19 de novembro de 2010, foi quem publicou o terceiro texto analisado: “Reportagem sobre diabetes premiada”. Roberto informa, através da notícia, que Helen Mendes, ex-jornalista da revista *Ciência Hoje*, recebeu um prêmio de divulgação científica no Paraná por matéria sobre tratamento cirúrgico da diabetes. A publicação trata das premiações realizadas pela Secretaria Estadual de C&T e Ensino Superior do Paraná para as melhores matérias jornalísticas que divulgam, em veículos locais ou nacionais, trabalhos de ciência, tecnologia e inovação realizados por pesquisadores paranaenses ou que trabalhem em instituições de pesquisa do Estado.

Em relação à temática e ao título da postagem, sem dúvida, ambos atendem a restrição de *visibilidade*, porque procuram mobilizar o interesse do leitor não só pela leitura da

publicação, mas também pela leitura da reportagem que originou o prêmio. Esse interesse é justificado já que, atualmente, existe um percentual bastante significativo de crianças e adultos que são diabéticos e que, portanto, poderiam ser submetidos a tal procedimento cirúrgico. A reportagem que originou a notícia premiada aborda a possibilidade de cura para uma doença que, até então, é incurável, o diabetes. O tema da publicação pode, sim, causar um grande impacto na sociedade em geral. Além disso, a postagem deseja divulgar uma descoberta científica e, sobretudo, mostrar, por meio da premiação recebida pela jornalista, que a preocupação com o leitor leigo deve ser prioridade no momento da produção de textos por parte de profissionais que visam divulgar conhecimentos científicos.

Da organização discursiva emerge a restrição de *legibilidade* por meio do uso de intertítulos que organizam o pensamento do leitor e facilitam a leitura e a compreensão da notícia. Assim como o emprego de uma informação direta e declarativa no título da publicação reforça a presença dessa restrição.

Percebemos a existência de algumas marcas, ao longo da publicação, da restrição de *emocionalidade*, as quais fazem com que a publicação capture o interesse do internauta. Uma delas é expressa pela escolha do título da publicação, pois através dele o locutor dá vida a algo inerte “Reportagem recebe premiação”. Trata-se de uma metonímia, sabemos que não foi a reportagem que recebeu a premiação, mas a jornalista que a produziu.

O autor da postagem usou hipertextos (fig. 09) e o recurso “olho” (fig. 10) para compor a hiperestruturado texto no blog. Os *links* de hipertextos remetem à reportagem premiada na íntegra e também ao site do 24º Prêmio Paranaense de Ciência e Tecnologia.

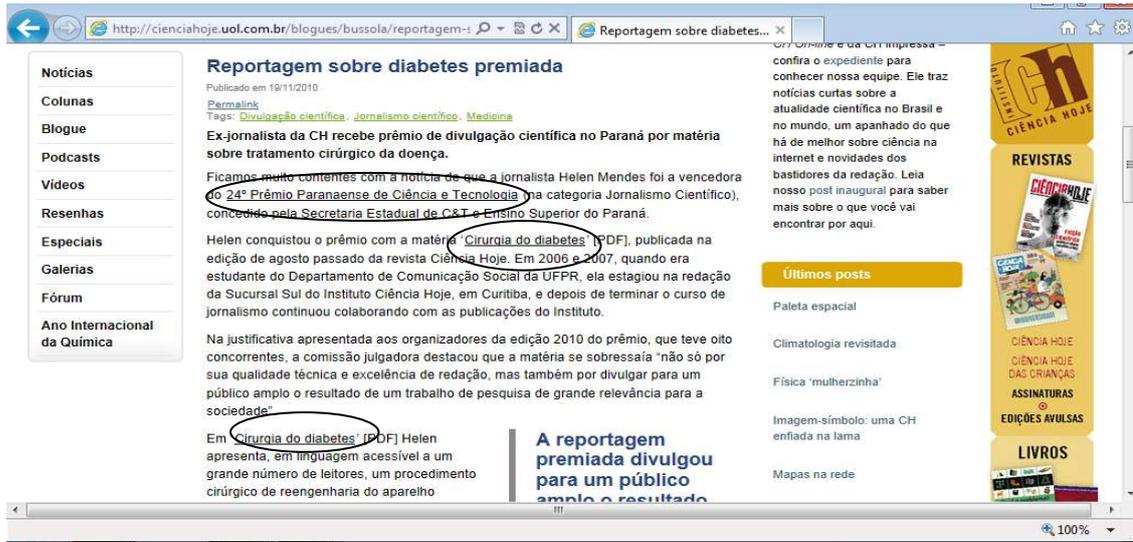


Figura 9: Links de hipertexto

Imagem extraída do site: [http://cienciahoje.uol.com.br/blogues/bussola/reportagem-sobre-diabetes-premiada/?searchterm=reportagem sobre diabetes premiada](http://cienciahoje.uol.com.br/blogues/bussola/reportagem-sobre-diabetes-premiada/?searchterm=reportagem+sobre+diabetes+premiada)

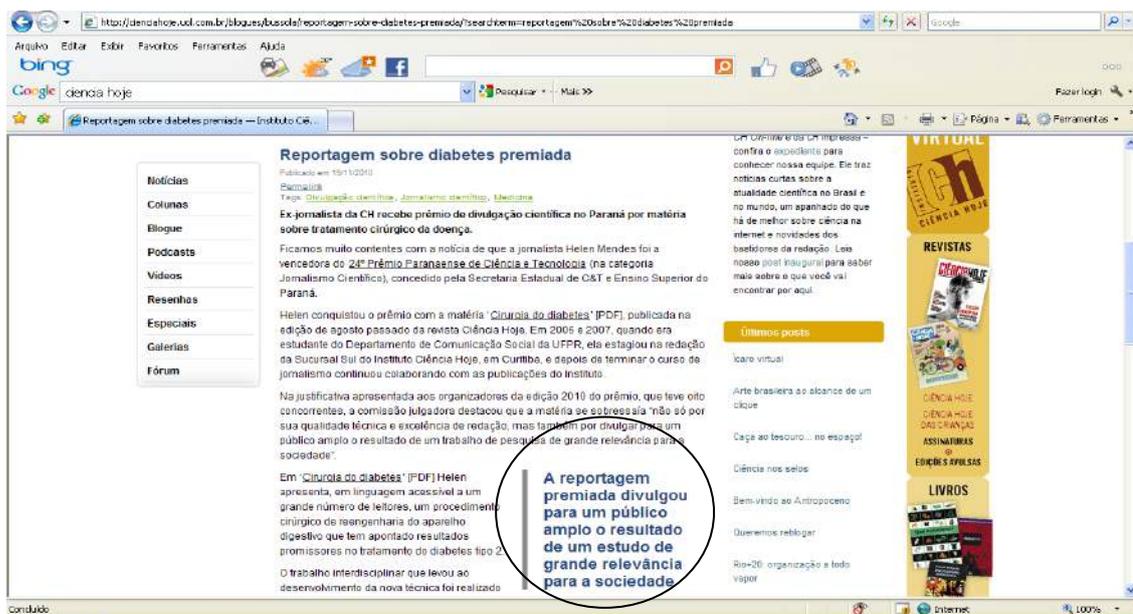


Figura 10: Recurso “olho”

Imagem extraída do site: <http://cienciahoje.uol.com.br/blogues/bussola/reportagem-sobre-diabetes-premiada/?searchterm=reportagem%20sobre%20diabetes%20premiada>

Em relação às ocorrências de interatividade, dois internautas deixaram suas impressões sobre a postagem lida, clicando no *link* “curtiu”. Por algum motivo, apenas dois usuários foram motivados a participar da publicação.

Considerações finais

Nas análises realizadas, percebemos que o blog da revista *Ciência Hoje*, o *Bússola*, apresenta notícias que visam informar seus leitores acerca de acontecimentos ligados ao campo científico – informa sobre ciência.

Investigamos estratégias usadas pelo blog a fim de organizar a disposição dos textos na página. Os elementos de hiperestrutura são empregados pelo blog *Bússola* em todas as postagens analisadas. O recurso “olho” assim como as imagens que integram as publicações enriquecem a leitura e possibilitam que o leitor possa ir além ao acessar os *links* de hipertextos que foram vistos como recursos de interatividade.

Posteriormente, partimos para a análise de estratégias discursivas que objetivam facilitar e agilizar o entendimento da informação por parte do leitor. Nesse aspecto, o blog *Bússola*, por usar o espaço do blog para popularizar a ciência, apresentou em suas postagens características e estratégias pertinentes a um contrato de mediação científica.

Com o intuito de alcançar o objetivo principal, também investigou-se o uso de estratégias que são características do *webjornalismo*: emprego do hipertexto e de recursos que proporcionam interatividade.

Em relação à presença de recursos que possibilitam que ocorra a interatividade no blog, o *Bússola* disponibiliza aos seus internautas um espaço para comentários, conforme já mencionado.

A interatividade presente no site da revista analisada mostra que ele se adapta à geração digital, haja vista que traz em suas páginas *links* que permitem que ocorra a interatividade por meio de diferentes redes sociais que são utilizadas por grande parte das pessoas. Por meio dessas redes, também é possível repassar informações, indicar leituras de sites visitados e até opinar sobre eles, criando um grande fórum, se podemos assim chamar, de discussões, acerca de temáticas diversas.

Na revista CH, o blog, efetivamente, integra o site, é atualizado e dinâmico, possui as características mínimas que um blog deve apresentar e proporciona agilidade e interatividade a uma geração digital. Além disso, é possível perceber no site que todas as páginas são alimentadas com frequência e esse fato suscita no leitor o desejo do retorno.

A partir da investigação realizada, foi possível perceber que o blog analisado pode ser um suporte para a circulação de informações não só relacionadas às diferentes esferas do campo científico. Ele também contribui para que se possa ampliar o debate acerca da

divulgação científica, no momento em que cresce o interesse do grande público por assuntos de ciência e, principalmente, de tecnologia. É cada vez mais perceptível que, numa sociedade em desenvolvimento, a ciência e a tecnologia ocupam lugares bastante significativos.

Um suporte de gêneros como o blog ocupa um lugar fundamental para que os gêneros circulem na sociedade e pode ser bastante útil ao campo jornalístico e, em especial, para as iniciativas de popularização científica. Tal constatação pode ser justificada pelo simples fato de que popularizar a ciência por meio de textos postados em um suporte popular significa que o público alvo será, em tese, atingido e, conseqüentemente, informado.

O campo de pesquisas relacionado à divulgação científica no ambiente digital é bastante amplo e deve ser explorado por pesquisadores que se preocupam e reconhecem a divulgação científica como uma prática fundamental para proporcionar o desenvolvimento da sociedade e o crescimento do país.

Referências

ADAM, J.-M. & LUGRIN, G. L'hyperstructure: un mode privilégié de présentation des événements scientifiques. **Notas de Cediscor**, n.6, 2000, p. 133-149. Disponível em: <<http://cediscor.revues.org/327>>. Acesso em: 05 nov. 2010.

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

_____. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo : Editora Contexto, 2008b.

_____. Do contrato de comunicação em geral. In: **Discurso das mídias**. 2. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

CIÊNCIA HOJE. Disponível em: <<http://www.cienciahoje.uol.com.br>>. Acesso em: 10 nov. 2010.

LÉVY, P. A Emergência do Cyberspace e as mutações culturais. In: PELLANDA, N.M.C e PELLANDA, E.C. (org). **Ciberespaço**: Um hipertexto com Pierre Lévy. Artes e Ofícios. Porto Alegre, RS. 2000.

MAINGUENEAU, D. **Doze conceitos em análise do discurso**. São Paulo: Parábola, 2010.

MALINI, F. **Por uma genealogia da Blogosfera**: considerações históricas (1997 a 2001). Disponível em: <<http://www.cp2.g12.br/ojs/index.php/lcvt/article/view/35>> Acesso em: 14 out. 2010.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. Relatório UNESCO sobre ciência 2010.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RECUERO, R. da C. **Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais**. Biblioteca on-line de ciências da comunicação. 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/recuero-raquel-weblogs-webrings-comunidades-virtuais.pdf>>. Acesso em: 03 ago. 2010.

SOUZA, C. M.; SILVEIRA, T. S. **Ciência e tecnologia na mídia impressa paulista**. XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação. Campo Grande. Set. 2001. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP9SOUSA.PDF>>. Acesso em: 20 set. 2010.

TELLES, A. **Geração Digital**. São Paulo. Landscape, 2009.

VOGT, C (org). **Cultura Científica**: desafios. São Paulo. Edusp, 2006.

XAVIER, A. C. S. **A era do hipertexto**: linguagem e tecnologia. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2009.

Data de recebimento: 21 de agosto de 2014.

Data de aceite: 04 de janeiro de 2015.