O DISCURSO CIENTÍFICO NA MÍDIA: UM ESTUDO SOBRE AS ERRATAS DAS REVISTAS QUE VEICULAM INFORMAÇÃO CIENTÍFICA

Paulo Sérgio da Silva Santos[1]

Resumo: Este artigo propõe uma análise dos pedidos de desculpas veiculados em uma revista de divulgação científica. A nosso ver esta análise é relevante para os estudos linguísticos, pois, os recursos discursivos utilizados pelo jornalista que deveriam ter como objetivo principal a tentativa de correção de uma falha, na verdade, tentam escondê-la. A análise foi feita à luz da teoria dos Atos de Fala, seguindo desta forma, as premissas da Pragmática. Como resultados pudemos observar exemplos que ratificaram os objetivos do estudo, quais sejam, o de verificar a localização na página onde aparecem os pedidos de desculpas, e nesse aspecto, verificamos que estão sempre mal localizados e escondidos; identificar os eufemismo utilizados para proteger a revista, conseguimos comprovar que as escolhas lexicais são feitas para atender ao propósito de minimizar os erros da publicação, proporcionando a sensação de que não houve equívoco.

Palavras-chave: Pragmática. Pedido de desculpa. Informação científica.

Abstract: This article proposes an analysis of apologies conveyed in a journal of science. In our view this analysis is relevant to the linguistic studies, therefore, the discursive resources used by the journalist they should have as its main objective the attempt to correct a fault, actually try to hide it. The analysis was made in light of the theory of the Acts of Speech by following this way, the premises of pragmatics. As results we have seen examples that have ratified the objectives of the study, namely, to verify the location on the page where the applications appear excuses, and in this respect, we find that they are always poorly located and hidden, to identify the euphemism used to protect the magazine, we demonstrate that the lexical choices are made to meet the order to minimize the errors of the publication, providing a sense of that there was no misunderstanding.

Keywords: Pragmatics. Apology. Information science.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho propõe uma reflexão sobre os pedidos de desculpa presentes nas revistas de divulgação científica, fizemos, assim, levantamento e análise desses pedidos de desculpa. Tomamos como hipótese o pressuposto de que os editores deste tipo de mídia usam várias estratégias para proteger a imagem da revista. Desta forma, fizemos um levantamento da frequência dos pedidos de desculpas e analisamos a localização

[1] Professor de Língua Portuguesa da rede pública municipal de Aracaju/SE. Graduado em Letras, especialista em Teoria e Prática Textuais (UFS). E-mail: paulosergio65_8@hotmail.com

na página onde eles aparecem; identificamos, ainda, os eufemismo utilizados nos pedidos; além disso observamos se o pedido é direto ou indireto.

Se olharmos o cenário, veremos que os grandes jornais possuem uma editoria fixa para a publicação de notícias, artigos e reportagens sobre pesquisas científicas. No campo das revistas, em nível nacional, há uma publicação muito conhecida que trata do assunto, a *Superinteressante* da editora Abril. Os pedidos de desculpa que compõem o corpus deste artigo são veiculados nessa revista mensal. A *Superinteressante* é o maior veículo do gênero "revista mensal de informação científica" do mercado nacional, com 432.211 mil exemplares de tiragem e 2.803.000,00 milhões de leitores. A revista possui ainda um total de 244.959 mil assinantes e consegue vender cerca de 131.345 mil revistas em bancas por todo o país.[2]. A seção "errata" ou "superequivoco", ou ainda "erramos" aparece com frequência e traz um apanhado com os erros da edição anterior.

Há a necessidade de entender o trajeto que a informação científica faz desde os que produzem o conhecimento científico até aqueles que darão notoriedade a esse conhecimento. No percurso até chegar ao grande público, o jornalista corre o risco de fracassar na tentativa de socializar o saber científico, justamente porque essas duas culturas, a científica e a jornalística, possuem estruturas e objetivos diferenciados. Desta forma, faz-se necessário analisar se os pedidos de desculpas cumprem o seu papel na tentativa de corrigir a falha cometida ou se, ao contrário, passam despercebidas por aqueles a quem se destinam. Através do pedido de desculpa o editor tentar transmitir confiabilidade ao seu leitor, e assim, preservar a imagem da instituição. Por isso, a análise do pedido de desculpa é importante, pois, os recursos discursivos utilizados pelo jornalista que deveriam ter como objetivo principal a tentativa de correção da falha cometida, na verdade, jogam papel importante no sentido de esconder a falha do veículo de informação.

Esta análise é feita à luz da Pragmática. Segundo Silva (2005), a Pragmática representa o estudo do uso linguístico, buscando desta forma, estudar as condições que governam a prática da linguagem. Para proceder a análise do corpus à luza da teoria dos atos de fala, vamos lançar mão de autores como J. Austin, John Searle e Van Dijk. O conceito de "Atos de Fala" foi cunhado por John Austin, mas com John Searle ganhou maior visibilidade. Os atos de fala são ações realizadas por meio da linguagem, como

[2] Fonte: http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=44, acessado em 15 de Junho de 2009 às 13:50

pedir, ordenar, prometer e desculpar-se. Austin (1962, *apud* PEREIRA, 1999) chamou a atenção para o fato de alguns enunciados realizarem ações ao serem pronunciados. Nesse novo modelo teórico a linguagem não é apenas uma forma de representação da realidade, mas uma forma de ação sobre essa realidade. Segundo Pereira (1999, p. 162), Austin desenvolveu a teoria dos atos de fala, que tinha como objetivo propor uma base para a análise da linguagem enquanto forma de realização de atos que são contextualizados, convencionalizados e intencionais.

As expressões linguísticas estudadas por Austin são chamadas de Expressões performativas. São esxpressões usadas pelos falantes para realizar determinadas ações. Verbos como avisar, prometer, nomear, desafiar e desculpar são verbos perfomativos. De forma que, o falante ao pronunciar uma dessas expressões performativas , estaria realizando um ato. Esses atos foram caracterizados em *locutórios* (ato de dizer algo e que tem um significado), *ilocutórios* (ato que se realiza ao se dizer algo empregando certa força ilocucionária) e *perlocucionários* (ato de se dizer algo com o propósito de produzir algum efeito no interlocutor pelo fato de se dizer algo).

O ato ilocucionário nos diz a forma como um ato locucionário é usado, como por exemplo, informar, ordenar. O ato perlocucionário, como, por exemplo, convencer, persuadir, impedir é realizado porque dizemos algo. Contudo, nem todo ato ilocucionário tem uma intenção perlocucionária como promessas e os enunciados performativos.

O pedido de desculpas é um ato pelo qual o locutor tenta obter de seu destinatário o perdão pelo cometimento de um erro. No caso da revista em questão, as características desse pedido atendem a interesses do veículo.

2 O PROBLEMA DAS DUAS CULTURAS

O discurso[3] científico é por natureza o discurso da descoberta, e esse possui uma autoridade que normalmente é atribuída aos eventos científicos. Entretanto, esse fato não pode nos fazer esquecer que qualquer formação discursiva possui um caráter simbólico e mesmo o discurso da descoberta não passa de um recorte, de uma escolha, de uma visão particular de seu descobridor. O discurso da ciência possui uma forma

[3] A noção de 'discurso' que usaremos vem de Fairclough (2008) para quem o discurso diz respeito a um modo particular de construir um assunto. Esses assuntos ou áreas de conhecimento somente entram nos textos na forma mediada de construções particulares dos mesmos. Dessa forma, esse termo corresponde às dimensões textuais que tradicionalmente têm sido tratadas por "conteúdos" ou "tópico".

característica que é o artigo acadêmico e circula por um canal específico que é o evento científico. Este tipo de evento dá vazão ao conhecimento científico dentro de um campo restrito de atores (investigadores, pesquisadores e cientistas). O argumento do cientista é o grande protagonista. Pode-se dizer que a abrangência dos papéis sociais desempenhados por escritores e leitores na comunidade acadêmica é bem mais restrita que no âmbito da divulgação científica.

Por outro lado, o discurso jornalístico é o discurso da divulgação. Os redatores científicos precisam usar instrumentos que possam auxiliar a retratar aquilo que é incompreensível para um público, na maioria, não especializado. E para isso, precisa ter uma linguagem que atinja os mais diversos segmentos sociais. Os eventos comunicativos pertencentes ao discurso jornalístico possuem uma estrutura comunicativa recorrente que é resultado de um processo de reescrita do saber científico através da articulação dos diversos códigos semióticos, som, imagem e linguagem.

A informação científica é "transformada" em função de um público-alvo não especializado em informação científica. Milhares de pessoas consomem a informação científica através de revistas e essa informação será transmitida e compartilhada por pessoas de sexo, idade, escolaridade e classe social diferentes. Assim, há profissionais que se dedicam à sua recodificação. Estes precisam transmitir a notícia para alguém, ainda que para um alguém "ideal", tendo em mente o seu conhecimento prévio, seus interesses.

Os produtores da notícia científica precisam despertar a curiosidade dos leitores e manipular a sua atenção para que se instaurem os laços com o público (OLIVEIRA, 2001, p. 171). Neste processo, o discurso em questão se vale de técnicas que são usadas como recurso para a reescritura do texto científico, afinal leitores não especialistas em ciência precisam encontrar no texto pistas para inferir relações lexicais e para fazer a conexão entre o campo semântico do domínio científico e o da vida cotidiana. O discurso jornalístico alia-se ao discurso do entretenimento, se apropria do discurso científico e estabelece campos relacionais metafóricos com outros discursos.

3 ANÁLISE DO *CORPUS*

O *corpus* de análise deste trabalho são os pedidos de desculpas contidos em edições da revista Superinteressante. Como a análise recai sobre questões que se referem unicamente à linguagem e estrutura dos pedidos não limitaremos a pesquisa a

ano de publicação nem tampouco à sequência cronológica destas publicações. Passaremos aos exemplos e refletiremos a respeito de questões como localização, linguagem e classificação dos pedidos de desculpas segundo classificação proposta por Searle (1981).

Figura 1: Superinteressante (edição 246, pág. 13 – Dez / 2007)



Brasílias que não foram

Dilguê surpresa ao ver o primeiro projeto para Brasília, feito por Theodoro Dilguê de Almeida (**"Outras Brasílias", novembro, pág. 82**). O desenho lembra uma granada. Será que o autor previu que a cidade seria uma bomba em nossas vidas?
ANDRÉIA C. VIRGÍLIO, SÃO PAULO, SP

Vivendo biblicamente

Sou obrigado a discordar com este jornalista (**"A Bíblia Como Ela É", novembro, pág. 96**), mas ele agiu como milhares de pessoas no mundo que desconhecem a história bíblica. Pelo menos ele admitiu que estava vivendo ao pé da letra para lançar um livro e ganhar dinheiro. Aliás, o que muitas pessoas fazem em nome de Deus com o intuito "religioso" apenas para ganhar dinheiro.
ELDER THEREZA, ARAÇATUBA, SP

[illegible] Antigo Testamento em um mundo contemporâneo os deixa com aparência discordante e fuga mental total. Eles [illegible] sua razão de ser para o povo hebreu, que viveu [illegible].
MICHAEL RIBEIRO ALVES, RIBEIRÃO PRETO, SP

De onde viemos?

A matéria "De Onde Viemos?" (**novembro, pág. 70**) mostrou mais uma vez a capacidade brilhante de Steven Pinker em lidar com assuntos complexos de uma maneira fácil, direta e divertida. Tenho certeza que a próxima "Para onde vamos?" será maravilhosa também. Parabéns!
GIAN LUCA MORO, VITÓRIA, ES

Queria me deparei com a reportagem perdi. Vivem mais um texto chatíssimo de ciência, mas mesmo assim comecei a ler, afinal, matéria da Super não se desperdiça. Qual não foi minha surpresa ao descobrir um texto maravilhoso, claro, curioso, objetivo e delicioso de ser lido. Ganhou quem deixou uma vontade de saber mais.
EDUARDO ARRUDA, TERESÓPOLIS, RJ

Lugares para visitar antes que acabem 2

Gostaria de comentar o que disse o leitor Antônio Roberto Milar (**Desabafo, novembro, pág. 19**) a respeito de degradação de uma localidade turística. Na verdade, o que destrói as cidades turísticas nunca foi dinheiro em excesso, e sim a falta de infra-estrutura e conscientização, tanto dos visitantes quanto da população local, a respeito da importância do turismo sustentável.
EMANUELLE MARTINS GUILHERME

Drogas

Gostaria de lembrar ao leitor Paulo Ricardo (**Desabafo, novembro, pág. 24**) que a maioria dos usuários de drogas ilícitas não quer ser tratada e não se considera doente. Muitos deles [illegible] e não querem o fim de suas vidas.
Diante disso, uma pessoa [illegible] potencialidades. Você acha certo proibir canabis por causa da cachaça? Respondo à sua pergunta: a maconha é de utilidade pública, sim. Para se acabar com as drogas é um problema de saúde e segurança pública, não é fugindo do assunto que iremos resolvê-lo.
GUILHERME TAVAR

PRIMEIRA

- Quem nasce em Paraguaçu é paraguaçuense, e não paraguaçuano (**"Outras Brasílias", novembro, pág. 82**).
- O título "Brasília Para Estrangeiro Nenhum Botar Defeito" é uma imagem mentirosa na reportagem "A Terra Revelada" (**novembro, pág. 60**).

SUPER 20 ANOS

APRENDI COM A SUPER

Assinei pela primeira vez a super na Bienal do Livro, em seu lançamento, no ano de 1987. Eu tinha 14 anos, e meus professores viviam pedindo as edições emprestadas. Eu sempre estava à frente nos assuntos mais modernos da época. Depois, já cursando a faculdade de história, um professor nos trouxe a matéria "O Dia Que o Rio de Janeiro Foi Seqüestrado", que virou tema de monitoria. Também não posso deixar de registrar o infográfico sobre o que poderia acontecer com a água do planeta em 25 anos, que utilizei em uma feira de conhecimentos na escola em que leciono. Enfim, o slogan da revista me traduz: SUPER: Quem Lê Ri! Parabéns pelo Milagre da revista, que a cada edição parece mais nova!
MÁRCIA TEREZA ALFRADIQUE, RIO BRANCO/RJ

FALE COM O GENTE

REDAÇÃO
Envios e opiniões, comentários, críticas e dúvidas para Adriana Mendonça pelo e-mail superinteressante@abril.com.br ou para a Redação Superinteressante (Rua Bela Cintra, 986, 4º andar, Consolação, São Paulo, SP, CEP 01415-000) pelo fax (11) 3037-5454.

PARA ANUNCIAR
Contrate para fornecedor [illegible] quarteiro ou [illegible] Tel. (11) 3037-5454, RJ (21) 2546-8000, outras localidades (11) 3037-5454, Vendas Diretas: (11) 3037-5454.

VENDA DE EXEMPLARES
Para adquirir os direitos de reprodução de imagens e textos [illegible] Tel. (11) 3037-5454.

ENDEREÇAMENTO DE PAGAMENTO
Reclamações, atrasos, sobre envio, pagamentos [illegible] Tel. (11) 3037-5454 (de 2ª a 6ª, das 8h às 22h, no (11) 3037-5454 (outras localidades).

PARA ASSINAR
Quer receber a sua [illegible] www.assinesuper.com.br ou mande um e-mail para [illegible] Tel. (11) 3037-5454 (de 2ª a 6ª, das 8h às 22h, ligue para [illegible] (outras localidades).

RECURSOS HUMANOS
Você pensa em trabalhar [illegible] de alguns dos programas de treinamento da Editora Abril? O lugar certo para [illegible] informações e enviar [illegible] para [illegible] trabalhe@abril.com.br.

EDIÇÕES ANTERIORES
Solicite exemplares [illegible] O preço será o da última edição em banca mais a despesa de remessa. Para [illegible] acesse www.assinesuper.com.br/atendimento/ ou ligue [illegible] ou envie e-mail para [illegible].

DEZEMBRO 2007 SUPER 13

Nesse exemplo, na figura 1, o primeiro aspecto que podemos destacar é o da localização do pedido de desculpa. A página que vemos é dedicada a comentários dos leitores a respeito de matérias exibidas em edições passadas. Fica evidente que o pedido de desculpa está fora de contexto, já que não possui nenhum diferencial em relação às outras partes que compõem essa página. De forma que o pedido de desculpa fica descaracterizado, uma vez que não fica evidenciada a sua presença nessa seção. Como veremos em outros exemplos, o pedido de desculpa fica "camuflado" em meio a um emaranhado de outros pequenos textos, além de não possuir um espaço fixo para sua publicação. Ao contrário, ele muda, a cada edição, de localização, como se o editor

estivesse escondendo o texto do leitor. Fica, de fato, muito difícil para o leitor identificar o pedido de desculpa uma vez que este não possui paradeiro certo, e mais, todo tipo de artifício editorial é produzido para evitar essa localização. Destacamos aqui o papel do editor. A autonomia editorial lança mão de todos os meios para salvar "a face" da instituição. Sendo assim, o pedido de desculpa perde o seu principal sentido, qual seja, o de desculpar-se e permitir a correção a respeito de uma falha. Vejamos:

> (1) FOI MAL
> Quem nasce em Paragominas é paragominense, e não paragomineiro ("outras Brasílias", novembro, pág. 82).
> O fuzil Para-Fal não é o da imagem mostrada na reportagem "A tropa Revelada". (novembro, pág. 60).

O título utilizado: "Foi Mal" carrega um eufemismo que tem como função minimizar o erro cometido. Isso também tem a ver com o público a que o veiculo se dirige, a saber, o público jovem. Em momento algum, o editor entra em detalhes referentes ao erro cometido, ou se desculpa diretamente, de forma que a linguagem utilizada atinge o seu interlocutor de forma indireta, desviando, desta forma, o foco do pedido.

Na figura 2, o pedido de desculpa está com título diferente e apresenta aspectos visuais na sua composição. O pedido de desculpa é composto por frases curtas e sem contextualização com o texto onde o equívoco ocorreu, a esse respeito, Searle ao tratar de aspectos diferenciadores dos atos de fala apresenta como um diferenciador as relações com o discurso como um todo.

Expressões como "ao contrário do que informamos" estão diretamente relacionadas ao restante do discurso do qual elas são parte, sendo assim, sua compreensão fica prejudicada pela falta de um contexto mais amplo (SEARLE apud PEREIRA 1999).

Figura 2: Superinteressante (edição 175, pág. 15 – Abril / 2002)



Searle (1981) apresenta cinco tipos de atos de fala: os atos representativos, os diretivos, os comissivos os expressivos e os declarativos. Possuem maior importância para esse estudo os expressivos, pois está contido aí o verbo desculpar. Os atos expressivos são aqueles com os quais o falante expressa seu estado psicológico. Comprometidos com a verdade pressuposta. Quando realiza um ato expressivo, o falante não está querendo equiparar o mundo às palavras nem o inverso (PEREIRA, 1999, p. 173). Contudo, a linguagem utilizada nesse pedido de desculpa não remete a um estado psicológico, nem nos faz lembrar que o veículo cometeu um erro. Os recursos expressivos utilizados levam, na verdade, à sensação de acaso e não impõe uma responsabilidade que, sem dúvida, é da revista. Como não se utiliza a primeira

pessoa nos pedidos de desculpa, resta um sentimento de que ninguém tem culpa pelo ocorrido e por isso, não se pede desculpa de forma direta, mas indireta. Vejamos:

(2) A seção SUPERPAPO (março, pág. 80) saiu como SUPERTEC.

Podemos notar que subjaz ao enunciado em (2) um eufemismo. Ao utilizar a forma verbal "saiu" em lugar de "escrevemos" ou "Erramos", por exemplo o editor se exime de responsabilidade, de forma que, o pedido de desculpa não é direto, mas indireto. Nesse caso, o pedido não corresponde ao reconhecimento de um erro, mas antes, demonstra o interesse maior do editor, qual seja, proteger a sua face.

4 CONCLUSÃO

Apresentamos uma noção geral acerca da teoria dos atos de fala, a abordagem de Searle e Austin, para quem a linguagem é uma forma de ação. E tentamos aplicar a classificação proposta por Searle nos pedidos de desculpa veiculados na revista Superinteressante. O pressuposto era o de que os editores deste veículo se valem de recursos discursivos para proteger, tanto a própria imagem, quanto a imagem da revista.

Pudemos observar exemplos que ratificaram os objetivos do estudo: Verificar a localização na página onde aparecem os pedidos de desculpas, e nesse aspecto, verificamos que estão sempre mal localizados e escondidos; identificar os eufemismo utilizados para proteger a revista, conseguimos comprovar através de outros exemplos que as escolhas lexicais são feitas para atender ao propósito de minimizar os erros da publicação, proporcionando a sensação de que não houve equívoco.

Fica evidente que os pedidos de desculpa são práticas sociais, além de linguageiras, e como tal, estão sujeitas a toda sorte de interesses. O presente estudo não é conclusivo, e pretende ser o início de uma pesquisa de maiores proporções.

REFERÊNCIAS

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora UnB, 2008.

OLIVEIRA, Janaína Minelli de. Informação científica e sobrevivência discursiva: aspectos da produção, socialização e consumo do jornal televisivo brasileiro. In: MAGALHÃES, Célia Maria (org.). **Reflexões sobre a análise do discurso.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001.

PEREIRA, Tânia; GRAY, Adriana. A teoria dos atos de fala: da abordagem clássica à abordagem interacionista. In: CARNEIRO, Marísia (org.). **Pistas e travessias**: bases para o estudo da linguagem. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1999.

SILVA, Leilane Ramos da. **O estatuto das CLC(D)S: um diálogo com a teoria dos atos de fala**. Tese (Doutorado em Letras). João Pessoa: Programa de Pós-Graduação em Letras/UFPB, 2005.

SEARLE, John R. **Expressão e Significado**. São Paulo, Martins Fontes. 2002.

SUPERINTERESSANTE. Edição 175, Abril/2002.

SUPERINTERESSANTE. Edição 246, Dezembro/2007.