

# RÁDIO CONSULTÓRIO :

## A ciência traduzida no discurso popular

Betania Maciel<sup>1</sup>  
Linduarte Sebastião Silva Júnior<sup>2</sup>

**Resumo:** Este trabalho tem como objetivo analisar as distintas estratégias de transformação do discurso científico, mais especificamente da informação relacionada com a medicina e a saúde, a uma linguagem corrente, amplamente entendida pelo público, e focando seu centro de análise no meio do rádio. Na transformação de um discurso tradicionalmente inacessível surge a figura do comunicador, responsável por operar, mais do que uma tradução, uma re-contextualização da mensagem, realizada tanto no âmbito léxico com semântico, na medida em que não somente os termos técnicos devem ser explicados mas há uma trajetória cognitiva e outra social do conhecimento científico-técnico, desde os centros produtores da ciência em direção à sociedade em geral. No caso da comunicação radiofônica, destaca especialmente a relação de proximidade ou do chamado veredicto de audiência, atuando como operadores no momento de levar o discurso médico e científico ao alcance da população. Mais especificamente, apresentamos a análise de dois programas de rádio veiculados na Grande Recife, em forma do boletim de notícias e entrevistas, a qual se acrescentam entrevistas semi-estruturadas com os especialistas médicos responsáveis por esta transformação, com o objetivo de averiguar empiricamente as estratégias e procedimentos identificados teoricamente nos estudos da divulgação e da comunicação pública da ciência e da tecnologia.

**Palavras-chave:** comunicação em saúde, discurso popular, rádio.

### **Radio as medical practice: from scientific discourse to popular discourse**

**Abstract:** Our work aims to analyze the different strategies in transforming scientific discourse, and more specifically in medical and health related information, into current language, wide understood by the public, focusing in the radio communication. In the transformation of a traditionally inaccessible arises the communicator role, responsible for operating, more than a translation, a message re-contextualization, in the lexical and semantic levels, since not only technical terms must be explained but also a cognitive and a social paths of scientific-technological discourse, from the science producing centers to society in general. In the case of radio communication stand out the proximity relation or the so called audience verdict criterion, actuating as operators in bringing medical and scientific discourse to people's reach. More specifically, we present the analysis of two news bulletin and interviews radio shows in Great Recife's, aiming to empirically ascertain strategies and procedures theoretically identified in public science and technology communication studies.

**Key words:** health communication, popular discourse, radio.

---

<sup>1</sup> Universidade Federal Rural de Pernambuco  
Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) - Recife, Brasil.

<sup>2</sup> Jornal do Commercio - Recife, Brasil.

## 1. Introdução

Vivemos hoje num mundo fortemente marcado pelas comunicações, tendo presenciado em um curto espaço de tempo um avanço inexorável nas tecnologias que criam novos meios e novos formatos para a constituição da chamada aldeia global. Mas apesar da Sociedade da Informação estar anunciada -com a Internet, os satélites, *wireless*, *hand-helds*, televisão digital interativa, etc.- mudando a forma como recebemos informação e, portanto, interagimos com o mundo, também temos que admitir que uma grande parte da população é alheia a estas inovações tecnológicas. Neste sentido, uma tecnologia que foi inovadora em seu tempo e inclusive vista como uma potencial destruidora da cultura assume hoje um papel preponderante na vida de milhares de pessoas, ao constituir um meio de grande alcance, de baixo custo e amplamente utilizado: o rádio.

Essa discussão assume uma importância ainda maior na medida em que vemos que os avanços proporcionados pela ciência materializados pela tecnologia fazem cada vez mais parte da vida cotidiana dos cidadãos. Interagir com o mundo hoje requer das pessoas uma grande carga de conhecimentos científicos e técnicos que vão estar relacionados profundamente com suas vidas: não somente já mencionadas tecnologias de informação e comunicação que alteram todo panorama econômico e do mundo do trabalho, mas também as tecnologias industriais que afetam ademais o meio ambiente. Mas, sobretudo sua permanência física estará relacionada com a necessidade de conhecer e compreender muitas informações na área da saúde, outrora exclusiva para os profissionais e técnicos da medicina. É neste contexto em que outros atores, como o próprio governo e os setores produtivos da economia além do próprio cidadão que vai apresentar-se a necessidade cada vez maior de uma ampla circulação social do conhecimento relacionado com a saúde, com o bem-estar, com os medicamentos, etc...

Através deste veículo é possível analisar como as informações e conhecimentos são compartilhados na comunidade. Nesse conjunto de procedimentos e intercâmbio de informações, pretende-se contribuir para um estudo amplo sobre o tema proposto. A importância desse assunto busca legitimar o vínculo ainda um pouco acanhado entre cultura popular e folkcomunicação. Diante dessa abordagem, há necessidade de demanda urgente de soluções, com vistas ao conhecimento dessa variante, buscando na medida do possível, contribuir para pesquisas posteriores mais consistentes. Para entender que o estudo desse tema faz parte do contexto sócio-cultural em massa, entende-se que a relevância dessa temática desponta no âmbito da pesquisa social com o um aspecto muito pouco explorado, por isso buscamos estabelecer um vínculo que

motive o relacionamento do estudo entre obras produzidas, seus autores e seu mercado consumidor.

Segundo o filósofo alemão Sloterdijk (2000) afirma, referindo-se a um suposto início de uma história da filosofia e, conseqüentemente, da comunicação, que “os autores lançam-se à aventura de pôr suas cartas a caminho de amigos não-identificados”. Ele diz que “se hoje se discutem assuntos humanos em língua alemã, esta possibilidade deve-se em boa parte à disposição dos romanos de ler os escritos dos mestres gregos como se fossem cartas a amigos na Itália”. É uma “oportunidade de estreitar laços com leitores anônimos, muitas vezes ainda nem nascidos”. Em outra passagem deste mesmo livro, o autor fala que no “Velho Mundo, e mesmo até a véspera dos modernos Estados nacionais, saber ler significava de fato algo como a participação em uma elite cercada de mistérios, e o próprio conhecimento da gramática equivalia a mais pura feitiçaria”.

Ainda segundo o filósofo, “no inglês medieval, a palavra *glamour*, originalmente com o sentido de” encantamento “ou” feitiço “, desenvolve-se a partir de *grammar*: para quem sabe ler e escrever, outras coisas impossíveis serão igualmente fáceis”. Agora, nos apropriamos de duas expressões cunhadas por Sloterdijk, o “embrutecimento do homem” e a “bestialização cotidiana das pessoas” para afirmar que é exatamente nestes caminhos que colocamos aqueles que não têm acesso à informação. Recorremos à uma “habitual e errônea subestimação”. Heidegger, citado por Sloterdijk, denunciava que é como se víssemos o homem apenas numa “perspectiva biológica ou zoológica”. A diferença é que “os animais estão atrelados apenas a seus respectivos ambientes”. O autor afirma que “quem fala a partir da posição de não se fazer entender pode também anotar balbúcios e publicar silêncios”. E o “embrutecimento” ou a “bestialização” se dão na proporção inversa do “feitiço”. O conselho do filósofo é exatamente no sentido de diminuir a distância entre o conhecimento e o consumidor. Retirar da margem e levar o conhecimento ao maior número possível de consumidores. Fazer a tradução do “feitiço” com a responsabilidade de quem verá, em cada novo passo individual, um salto para o conhecimento coletivo. Romper com esse ciclo é o principal desafio das mídias e aqui falamos do rádio.

Mas a ciência se apropriou do rádio para chegar às massas ou o rádio se apropriou da ciência para coletivizar o conhecimento? E quem tem imprimido clareza ao discurso é a ciência ou os meios de comunicação têm forçado essa “tradução”?

A ciência e a tecnologia impactam a vida dos cidadãos e, portanto, eles precisam estar em condições de incorporar os benefícios que elas trazem e de se defenderem dos prejuízos que elas

lhes causam. Bem informada, a sociedade pode participar do processo de tomada de decisões e definir prioridades, investimentos em ciência e tecnologia. A sociedade (e as pessoas em particular) tem o direito de influir no processo de introdução de novas tecnologias no setor produtivo, no sistema de trabalho, na sua vida.

Oliveira (2003) destaca que a ciência “produz trabalhos dirigidos para um público específico, restrito e especializado, e que o jornalista almeja atingir o grande público”. Aqui concordamos com a autora, que afirma que o “trabalho científico permite linguagem prolixa, enquanto que o texto jornalístico tem que ser enxuto e sintético”. Mas discordamos quando ela diz que o jornalismo “é um fiel tradutor, que usa a informação científica para interpretar o conhecimento da realidade”. Isso tornaria exclusivo do jornalismo não apenas a tradução, mas a via de comunicação do conhecimento científico. Acreditamos que esse processo é, na verdade, uma mão dupla, onde a interatividade proporciona ao profissional da ciência um aprendizado da forma de fazer a ciência se comunicar com o seu mundo exterior. E a mídia, referindo-me agora diretamente ao meio rádio, serve como um instrumento pelo qual o jornalismo interpreta o conhecimento da realidade utilizando-se do recurso da interatividade com a ciência. Então, bebendo novamente na fonte de Sloterdijk (2000), a mídia faz essa inserção da camada mais à margem do processo de informação, aproximando e/ou diminuindo a distância entre quem produz o conhecimento e quem precisa ou deve ser beneficiado por ele.

O sistema de produção jornalística ainda tem vícios importantes e continua atrelado a espetacularização da notícia e a fontes "carimbadas". A fragilidade econômica da mídia, a falta de competência administrativa dos empresários de comunicação e a busca muitas vezes sem escrúpulos pelo apoio comercial empurra a mídia brasileira para pautas viciadas, comprometidas com os grandes interesses. Nesse cenário, há pouco espaço para o dia-a-dia da ciência, que apenas comparece quando há fatos e resultados sensacionais. Agrega-se a isso a pouca competência em comunicação dos nossos principais centros geradores de C&T (universidades, institutos de pesquisa, empresas de tecnologia).

Essa inserção ainda é um desafio, que foi apontado por Jânio de Freitas (1994) no seu prefácio ao livro *Informação e Poder*, organizado pelo jurista José Paulo Cavalcanti Filho, onde ele afirma que “no jornalismo mesmo, raríssimos dispõem-se a abrir as fendas do tabu”, ladeando a propagação da informação, o poder que ela tem. Agregamos a isso a importância da “tradução” desse conhecimento aos ouvintes, e é sobre esse assunto que vamos nos debruçar neste projeto. Não apenas para aproximar produtores e propagadores da informação dos receptores dela, mas

também para contribuir com a passagem da linguagem específica da fonte para a linguagem coloquial inerente ao meio e ao público: a transformação da linguagem científica em linguagem popular. Isso vai de encontro à uma tese levantada pelo jornalista Washington Novaes, ex-secretário de Meio Ambiente do Distrito Federal, quando diretor do jornal *Diário da Manhã*, de Goiânia. O fato é apontado na mesma obra organizada por José Paulo Cavalcanti Filho, onde o jornalista narra que, em constantes reuniões do Conselho Editorial do jornal, “as discussões mostraram que aquilo que parecia ser da maior importância para os jornalistas era considerado secundário ou até supérfluo pelos seus interlocutores” (Cavalcanti Filho, 1994).

Em resumo, a forma como os assuntos – ou pautas – eram escolhidos e/ou filtrados até chegarem ao público interessado era deficiente em importância e linguagem. Aqui poderíamos resvalar no conceito de *gatekeeping* tão bem indicado por Vizeu (2000) ou nas afirmações de Noblat (2002) para quem a “notícia relevante não é somente a que reúne características excepcionais. E nem toda notícia com características excepcionais é de fato relevante”. Mas ressaltamos que o fenômeno atinge diretamente a forma de abordagem e a linguagem de quem faz a comunicação da ciência. É na esteira da globalização e de uma economia voltada para o mercado mundial que os meios de comunicação massivos apresentam formatos direcionados a públicos específicos e com linguagens específicas. Trabalham com os modos culturais do consumo, do espetáculo e da publicidade e propaganda.

Por jornalismo de serviço na área de Saúde entende-se a função jornalística de auxiliar a população para ter direitos básicos assegurados e até mesmo informações que sustentem melhorias na qualidade de vida do leitor.

Em 1993, a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência realizou a sua reunião anual em Pernambuco. Na ocasião, o jornalista José Monserrat Filho, diretor da revista *Ciência Hoje* e do *Jornal da Ciência*, publicações desta instituição, abriu sua palestra utilizando uma expressão corriqueira de um dos maiores comunicadores de massa do Brasil, o apresentador Chacrinha. Comumente conhecido por sua linguagem fácil e acessível a todos, paradoxalmente, um dos bordões mais conhecidos de Chacrinha dizia exatamente o contrário: “eu vim aqui para confundir, não para explicar”. Com esta frase, José Monserrat Filho iniciou sua palestra, para dizer que, a cada dia, as pessoas estão mais ávidas em “receber informações e conhecimentos confiáveis direto da fonte especializada, sem intermediários, além de ouvir, formular e confrontar idéias”. Aqui vemos contemplada nossa discordância com relação à afirmação de Oliveira

(2003), de que o jornalismo é um “fiel tradutor” da linguagem científica, para reforçar a idéia de instrumento da comunicação interativa, indicado por Monserrat, (1994)

Nas entrevistas, programas, enquetes, reportagens e boletins que pesquisamos, constatamos que ainda representa um problema para comunicadores e/ou profissionais a tradução da linguagem científica, apesar de ações pontuais, mas eficientes, que apresentaremos neste projeto. Mais que isso, vamos nos utilizar deste trabalho como um recurso do engajamento militante de um profissional em nome da universalização do conhecimento amplo, geral e irrestrito.

## **2. A ciência “traduzida”**

Os médicos e demais profissionais de medicina têm marcado sua atuação em entrevistas, debates e reportagens de programas de rádio com uma nova postura que transcende e tem contribuído para a melhoria do seu perfil profissional. Normalmente associados à escrita traduzida por poucos e à linguagem rebuscada e muito técnica da medicina, esses profissionais têm se destacado por adotar um discurso comum a leigos e, em certa medida, massificado. Essa iniciativa tem o objetivo de fazer uma “tradução” da ciência com o objetivo específico de informar. É uma forma de adaptar o conhecimento científico como forma de facilitar a interlocução com quem ouve ou precisa da informação.

Tomemos como exemplo algumas expressões científicas e sua representação, digamos, popular, preferível para o paciente menos informado:

Um pneumologista ou um médico que trata dos pulmões ou de problemas respiratórios certamente melhoraria a comunicação com o seu paciente ao informar-lhe de que iria curá-lo de uma *tosse* e não de um *espasmo pulmonar*.

Um ginecologista ou um médico que trata da saúde da mulher indicaria um medicamento para tratar um *escorrimento vaginal* e não um *papilomavírus* ou HPV.

O que diria um médico especializado em medicina nuclear? Certamente ele não iria receitar um remédio para curar o paciente de uma doença resultante dos efeitos de uma bomba atômica. Caberia a este profissional informar ao paciente a importância do seu papel para tratamento de um câncer, por exemplo. Da mesma forma, o urologista ou o médico que trata da saúde do homem ou até do tratamento do aparelho urinário da mulher, etc. Assim, cada um na sua área, com o seu *modus operandi*, que é a forma de operar nos dois sentidos.

### **3. O rádio como consultório**

A preocupação do cientista em difundir suas idéias confunde-se com o surgimento da própria ciência moderna. Essa comunicação destinava-se, inicialmente, aos seus pares e a população letrada. Ana Maria Mora registra o surgimento das publicações pelos cientistas e pelas sociedades científicas:

A publicação do trabalho científico, para dar conhecimento dele a outros, foi uma invenção do século XVII. Começou como correspondência, primeiro entre cientistas e, depois, entre cientistas e editores, tornando-se estes em uma espécie de árbitros da troca de informação científica. (Mora, p. 17, 2003)

A partir do século XVII, a ciência moderna criou uma linguagem e um modo de pensar próprios, diferentemente da linguagem e do senso comum da maioria das pessoas. Os modos históricos de apropriação do conhecimento científico e tecnológico, bem como os atores envolvidos nesse processo, podem ser integrados num quadro geral em que a difusão desses conhecimentos pelos cientistas fazia parte do próprio processo de construção sistemática de fatos científicos. (Latour 1997; Knorr-Cetina 1983). Nos séculos XIX e XX, essa difusão também passou a ocorrer através do ensino formal e dos museus, na linha dos museus de primeira geração, formando pesquisadores e os de segunda geração divulgando o conhecimento científico e tecnológico. (Mendes,2004). Analisar esse processo é o mesmo que pontuar as práticas comunicacionais e culturais negociadas – interações mediadas - em que os bens culturais são mediados pelo massivo ou pelo popular

Texto popularizado é mais próximo à linguagem cotidiana do que o texto científico, de forma que a passagem da linguagem especializada para um outro registro exige uma série de operações que podem ser verificadas sistematicamente através da análise de conteúdo.

Em comparação com os textos da comunicação primária, as pesquisas tem observado que os textos de popularização constituem uma retórica totalmente diferente daquela originalmente pretendida na comunicação exclusivamente entre especialistas.

De acordo com Luis Beltrão a “liderança está intimamente ligada à credibilidade que merece no seu ambiente e à habilidade do agente comunicador de codificar a mensagem ao nível do entendimento dos seus receptores”. Como a sociedade é discriminatória e elitiza as formas de comunicação – por mais massivas que pretendam ser – desconsidera a maioria da população que tem processos peculiares de comunicação, “através de um vocabulário escasso e organizado dentro de grupos de significados funcionais próprios”.

Decidimos pesquisar o referido tema com base na experiência diária de programas e entrevistas do meio rádio, observando o fato de que especificamente os profissionais da medicina e da saúde passaram a se utilizar de uma adaptação ou mudança do discurso científico para o popular para contribuir com a compreensão do ouvinte.

#### **4. Considerações finais**

As rádios *Jornal do Commercio* AM e CBN, ambas do sistema *Jornal do Commercio* de Comunicação apresentam, diariamente, programas, quadros e boletins com a função de popularizar conceitos e contribuir com o debate dos temas científicos, facilitando a comunicação entre profissionais da medicina e a população. Fazendo uma referência direta à uma afirmação registrada no início deste nosso trabalho, confirmamos que essas inserções têm facilitado a comunicação da rádio com seus ouvintes e do ouvinte com o especialista, proporcionando a troca de informações e a resolução de demandas, como vamos apontar adiante. A popularização da linguagem científica, a partir dos debates dos temas de saúde, tem gerado ainda um incremento e fidelização da audiência do meio rádio, demonstrando a relevância social do tema. O fato é demonstrado a partir de análise qualitativa das perguntas e respostas efetuadas nos programas que divulgam o tema. E assim constatamos ser uma dinâmica cada vez maior no cotidiano, a cultura incorpora, assimila e reinterpreta códigos rearticulados. É o novo que nasce do velho, do útil, do aceitável, do vendável. Alguns estudos mostram que tal postura acontece principalmente em momentos de crise, onde a “busca das raízes” para a sobrevivência torna-se uma forma de fortalecimento grupal. E esse fortalecimento não se dá apenas por uma questão de identificação cultural mas, por um posicionamento econômico local. As manifestações da cultura popular não expressam apenas os aspectos ligados a uma sociabilidade, apresentam características decorrentes do contexto sócio-econômico em que estão inseridas, dando-lhes uma nova forma e um novo significado.

#### **5. Referências bibliográficas**

BELTRÃO, Luiz. a Folkcomunicação não é uma comunicação classista (entrevista). *Revista Brasileira de Comunicação*. São Paulo, v. 10, n.57, 1987.

BARBEIRO, Heródoto; RODOLFO DE LIMA, Paulo. *Manual de radiojornalismo* 3. ed, São Paulo: Editora Campus, 2002



BURKETT, W. *Jornalismo científico*. Brasília, Forense, 1990.

NOBLAT, R. *A arte de fazer um jornal diário*. São Paulo: Comtexto, 2002.

OLIVEIRA, F. *Jornalismo científico*. SP, Comtexto, 2002.

PAULO CAVALCANTI FILHO, J. *Informação e poder*. Rio de Janeiro: Record, 1994.

SLOTERDIJK, P. *Regras para o parque humano: uma resposta à carta de Heidegger sobre o humanismo*. São Paulo: Estação Liberdade, 2000.

VIZEU, Alfredo. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. 3ª.ed., Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.