

OS NEWS PROMOTERS NO JORNALISMO E NA CIÊNCIA: uma reflexão sobre ética e função social na contemporaneidade

NEWS PROMOTERS IN JOURNALISM AND SCIENCE: a reflection on ethics and social function in contemporary times

NEWS PROMOTERS EN PERIODISMO Y CIENCIA: una reflexión sobre ética y función social en los tiempos contemporáneos

Thalita Mascarelo da Silva

Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Espírito Santo. thalitamld@hotmail.com.

 0000-0002-0703-8226

Victor Israel Gentili

Doutor em Ciências pela ECA-USP. Professor Titular no departamento de Comunicação Social / Universidade Federal do Espírito Santo - UFES. vgentili@gmail.com.

 0000-0003-4636-3926

Correspondência: Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), Avenida Fernando Ferrari, 514, Campus Universitário de Goiabeiras – CEP 29.075.710 - Vitória, ES – Brasil.

Recebido em: 03.04.2020.

Aceito em: 27.05.2020.

Publicado em: 01.07.2020.

RESUMO:

O jornalismo e a ciência cumprem uma função social que somente pode ser executada se seguida por valores éticos. O momento contemporâneo cria desafios éticos em relação à pressão pelo imediatismo proporcionado pela evolução da tecnologia e pelos atores especializados da informação científica. O objetivo principal deste artigo baseia-se na exposição de análises e articulações de autores sobre ética, jornalismo, ciência e fontes de notícias enquanto news promoters, com ênfase na saúde, e suas interlocuções profissionais, essenciais para um jornalismo de qualidade que possibilite a alfabetização científica, a democratização do saber e a promoção da saúde.

PALAVRAS-CHAVES: Ética. Jornalismo científico. Fontes de notícias. Democratização do conhecimento. Promoção da saúde.

Introdução

A palavra ética surge do grego *ethos* que qualifica a expressão morada comum, ou seja, o conceito de ética originou-se na tentativa de uma estipulação de regras para a convivência coletiva, o que ocasiona deveres, obrigações por meio de reflexões que prezem pelo coletivo. A ética possui um caráter político, de luta entre forças sociais.

A crescente flexibilização e individualização de deveres e direitos sociais torna mais complexa a ética que se destina como coletiva, o que gera consequências na função social do jornalismo. Qual a responsabilidade social de uma redação de jornalismo quando recebe *press releases* de assessorias de imprensa? Barbosa (1990, p. 37) define de maneira notável a relação da imprensa com o social: “A imprensa é a vista da Nação. Por ela é que a Nação acompanha o que lhe passa ao perto e ao longe, enxerga o que lhe malfazem, devassa o que lhe ocultam e tramam, colhe o que lhe

sonegam, ou roubam, percebe onde lhe alvejam, ou nodoam, mede o que lhe cerceiam, ou destroem, vela pelo que lhe interessa, e se acautela do que a ameaça”.

Enquanto o jornalismo constitui-se como parte presente cotidianamente em uma sociedade, a ciência aparece como uma categoria muito específica, a qual também cumpre uma função social, mas que na prática se realiza distante da população em geral. A sociedade precisa acompanhar os debates provenientes da ciência e, esse contato, comumente ocorre através dos meios de comunicação de massa (SIQUEIRA, 2018). O jornalismo cumpre um papel social ao mediar assuntos de interesse público específicos de forma a significá-los, agrupá-los e ampliá-los na esfera pública.

Já lhe não era pouco ser o órgão visual da nação. Mas a imprensa, entre os povos livres, não é só o instrumento da vista, não é unicamente o aparelho do ver, a serventia de um só sentido. Participa, nesses organismos coletivos, de quase todas as funções vitais. É, sobretudo, mediante a publicidade que os povos respiram (Barbosa., 1990, p. 37).

Tanto a produção científica quanto a produção jornalística somente exercem função social se acompanhadas por uma ética que preze pelo bem comum. Este artigo pretende analisar a interlocução entre ética, ciência e jornalismo e suas relações com as fontes de notícias potencializadas como promotores de notícias de forma a apontar questionamentos e reflexões sobre a responsabilidade social do jornalismo científico, principalmente, o especializado em saúde.

A ética e o saber científico e jornalístico

A ética consiste em um conceito filosófico que surge na Grécia Antiga a partir de pensadores como Aristóteles e Epiteto que se atentaram na questão da bondade. Aristóteles elaborou a primeira teoria conhecida sobre a ética: em sua obra *Ética a Nicômaco*, o filósofo argumenta sobre a bondade humana requerer o uso da racionalidade para que, assim, os indivíduos obtenham uma vida de virtude (PLAISANCE, 2011). Em concordância com as ideias do pensador, Plaisance (2011) define que trabalhar a ética significa investigar, deliberar, preponderar, isto é, consiste em racional e arduamente buscar justificações para ações que colocam o indivíduo em conflito com seus valores. Decisões éticas, portanto, acontecem a partir de um esforço epistêmico em um confronto com dilemas em que determinados valores morais irão se sobressair em detrimento de outros.

O jornalismo, assim como a ciência, são áreas que intrinsecamente se conectam com valores éticos, uma vez que cumprem um papel social ao garantirem direito à informação e ao conhecimento propiciando mais qualidade de vida, além de fortalecer princípios democráticos. Por isso, a defesa da ética é fundamental para a profissão tanto do jornalista quanto do cientista, os quais transformam a qualidade do seu produto em gerador de debate público, de formação de opinião e de fiscalização de questões de interesse público, desempenhando uma função social. Bucci (2000, p. 41) afirma que “o jornalismo já é em si mesmo a realização de uma ética: ele consiste em publicar o que outros querem esconder, mas que o cidadão tem o direito de saber”. Sagan (2006) esclarece que a ciência atua em oposto ao sigilo e associa ciência e democracia de forma que sugere à ciência o poder de vigorar uma democracia, caso feita com honestidade e raciocínio adequado, ao mesmo tempo em que pode subverter a democracia, se não efetivada com padrões rigorosos e éticos.

Diante disso, torna-se perceptível a questão ética como fundamental para o entendimento da função do jornalismo e da ciência em uma sociedade. O conhecimento filosófico de ética, desde Aristóteles na busca por uma teorização através de um hábito reflexivo necessário que requer tempo e a construção de uma educação nessa direção, já que apenas conhecer os valores éticos não significa praticá-los, denota a importância de se compreender a ética como uma resolução coletiva e cultural que, atualmente, segue como uma reflexão indispensável de sociedade.

As transformações tecnológicas que perpassam o ambiente jornalístico contribuem para um maior fluxo de informações que obriga os profissionais da área a lidarem com o imediatismo, com a busca por uma instantaneidade que não condiz com o trabalho intelectual e moral o qual o jornalista é cobrado a fazer, o que dificulta o seu trabalho no que diz respeito à qualidade da informação. Em vista desse contexto, os relises, oriundos de agências de notícias e de assessorias de imprensa, buscam nos jornais espaço, sendo que, para os jornalistas, esses relises despontam como um recurso informativo útil e qualificado.

A tecnologia está propiciando ao jornalista um contexto que engloba informação sem precedentes que, todavia, pode gerar certa negligência de etapas fundamentais para um jornalismo de qualidade e que busca uma função social, como o processo de apuração da notícia. “O jornalista hoje é um burocrata da notícia sentado diante de um computador que lhe serve de fonte de informação, sala de redação, tela de texto. É provável que nem ele nem a sociedade acreditem mais na função social do jornalismo” (ADGHIRNI, 2005, p. 47). Mc Luhan (1977, p. 60) diz: Quando uma

sociedade inventa ou adota uma tecnologia que dá a predominância ou uma nova importância a um dos sentidos, a relação dos sentidos entre si é transformada. O homem é transformado: seus olhos, suas orelhas, todos os seus sentidos são transformados.

O uso constante da tecnologia tem endurecido a linguagem, sustentado a preguiça intelectual, o que modifica modos de agir, embora isso não signifique que os padrões para uma comunicação manifestamente ética tenha mudado (PLAISANCE, 2011). Pelo contrário, o contexto atual desafia socialmente pesquisadores e indivíduos no geral a pensar o lugar da ética e sua importância na contemporaneidade, a qual trabalha em um ritmo prejudicial ao pensamento árduo e racional necessário para o fazer ético. “A ética está presente em toda decisão que busque qualidade de informação. Debater abertamente as questões éticas é um serviço de utilidade pública: educa o espírito crítico dos cidadãos e ajuda a melhorar a imprensa” (BUCCI, 2000, p. 211).

Embora as dificuldades sejam notórias, os profissionais do jornalismo precisam se atentar às mudanças tecnológicas e as hibridações no ecossistema jornalístico de modo a compreenderem onde se encontra o espaço da função social na profissão. O mercado da notícia não pode absorver completamente o saber jornalístico, pois, se o fizer, corrompe-o trazendo consequências à informação de qualidade. Bucci (2000) alerta para o grande princípio ético do jornalismo, o qual é cumprir uma função social antes de ser um negócio. É preciso um esforço ético por parte dos jornalistas no que diz respeito ao seu papel como profissional da informação. Diante disso, quem confere sentido à notícia no jornal?

O jornalismo e os promotores de notícias (*news promoters*)

O trabalho do jornalista não acontece de maneira individual. Ele está inserido em uma cultura profissional de pressões políticas e econômicas em uma lógica conflituosa envolvendo diversos atores sociais, sendo a qualidade da informação jornalística, de acordo com Pinto (2000), uma conquista decorrente de uma luta frequente que pode se perder ou ganhar. Marcondes Filho (1984) contextualiza o advento do jornalismo dentro da estrutura capitalista. “Ela (a imprensa) só existe – pelo menos nos termos que conhecemos hoje – transformando informações em mercadorias e colocando-as, transformadas, alteradas, às vezes mutiladas segundo as orientações ideológico-políticas de seus artífices, à venda”. (1984, p.22).

O capitalismo flexível ressignifica as relações tempo-espaço criando dilemas e crises, principalmente a partir dos anos 1960 (HARVEY, 1992). É importante a contextualização histórica das mudanças sociais para que não pareça que o momento atual de flexibilizações e individualizações sejam fruto de um momento que surgiu sem histórico e aspectos já anteriormente sugeridos e que foram, na verdade, apenas se intensificando por meio da aniquilação do tempo e da redução do espaço.

Tais mudanças no espaço-tempo geram uma aceleração do capital, com isso questões como efemeridade, fragmentação, volatilidade, descartabilidade, instantaneidade descontinuidade e flexibilidade ditam o ritmo das pessoas e das coisas tornando planejamentos em longo prazo mais difíceis (HARVEY, 1992). O autor enxerga a mídia, a partir de suas imagens, narrativas e publicidade, capaz de criar um processo integrador nas práticas culturais, por isso sua importância na dinâmica de crescimento do capitalismo e da globalização (IDEM).

Os valores éticos, portanto, precisam permanecer como debate público para que a corrupção noticiosa seja exceção e não regra, não podendo ser entendido apenas como papel do jornalista. Na introdução do livro de Gomes (2002), Kucinski esclarece: "De éticas socialmente constituídas, passamos para uma ética definida em torno de cada indivíduo, o que parece uma contradição de termos, um paradoxo, já que as condutas pessoais só podem ser avaliadas na sua articulação com outras condutas." (2002, p.09).

O momento atual de transformações no jornalismo afeta diretamente a prática jornalística, remodelando o estilo industrial dos jornais. De acordo com Anderson, Bell e Shirky (2013, p.38) "O jornalismo pós-industrial parte do princípio de que instituições atuais irão perder receita e participação de mercado e que, se quiserem manter ou mesmo aumentar sua relevância, terão de explorar novos métodos de trabalho e processos viabilizados pelas mídias digitais". O jornalismo, atualmente, já não fabrica um produto final fixo, esse processo não se sustenta no momento tecnológico em que as redações funcionam por meio de computadores (idem). As redações estão reduzindo de tamanho, os jornalistas que restaram estão tendo que se aperfeiçoar e se transformar em produtores de multitarefas, forçando uma reestruturação das instituições jornalísticas e dos profissionais da área (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013).

Nesse contexto, as assessorias de imprensa e as agências de notícias se tornam atores importantes da informação, absorvendo jornalistas desempregados que de forma qualificada e profissional possuem o potencial de interferir no meio noticioso produzindo conteúdo absorvido pelos jornais, originando, assim, um novo

protagonista na notícia, o qual Harvey Molotch e Marylin Lester (1993) denominaram de *news promoters* (promotores de notícias).

Um relise proveniente de uma assessoria ou de uma agência, ou seja, uma notícia encomendada que é publicada na íntegra em um jornal cujo conteúdo não passou por uma apuração jornalística, por nenhuma checagem com outras fontes, mas que é publicado como se fosse mais uma notícia jornalística de determinado jornal, pode ser interpretada como falta de rigor crítico do jornal e acomodação profissional e, portanto, falta de ética?

É significativo notar, por meio de uma pesquisa bibliográfica, a inquietação de pesquisadores na utilização da expressão “fonte de notícias”. Nos estudos jornalísticos, correções e esclarecimentos são propostos em relação à classificação de fontes, como se atualmente a nomenclatura não fosse suficiente para explicar o papel dessas “fontes” no fazer jornalístico. Dessa forma, uma problematização sobre o assunto é proposta inclusive gerando a construção de novas taxonomias que consigam equivaler nome e atuação no mercado.

O termo “fonte”, usado sem maiores problematizações, certamente não permite ver que os processos de obtenção de informação, de definição de enquadramentos e modos de interpretação, de configuração narrativa da notícia e de sua apreensão envolvem dinâmicas complexas, em diferentes jogos de interesse, de poder e ação se fazem presentes. Sugerindo a ideia de uma informação a ser ofertada naturalmente e a ser simplesmente “recolhida” pelos jornalistas, o termo exige sempre ser corrigido e adequado para dar conta dessa gama de relações que apaga. Nesse sentido, é de se perguntar: se o termo necessita dessas correções, se se mostra claramente insuficiente, como se vê, qual a razão de mantê-lo? (LEAL; CARVALHO, 2015, p. 613).

Não são todas as fontes visibilizadas nos jornais que atuam como promotores de notícias, por isso, cabe uma diferenciação. Os promotores de notícias são profissionais qualificados que entendem a lógica do jornalismo e atuam na área de Comunicação. Fontes oficiais e oficiosas, ou seja, autoridades e especialistas que possuem credibilidade social contratam profissionais da Comunicação como assessores cujo trabalho é tratar com os jornalistas diariamente. O especialista, portanto, pode se tornar um promotor de notícias, não sendo suficiente, muitas vezes, apenas a sua fala para legitimar um tema no jornal.

Essa característica vem se tornando comum entre pessoas públicas, no entanto, cada ator tem suas responsabilidades e particularidades próprias no que diz respeito à

informação divulgada, e isso pode gerar conflitos de interesse. Um assessor responde ao seu assessorado e não à sociedade; um especialista de determinada área procura visibilidade para alcançar mais clientes a partir de sua informação científica; já o jornalista procura informações de interesse público. Pereira Junior (2010) esclarece que raramente a fala única de uma fonte especializada garante a consistência da informação, na verdade, contribui para que o jornalista se torne submisso àquela fonte ou assessoria, além de desumanizar a informação. “A imprensa precisa ser forte, independente e atuante. A imprensa deve existir para o cidadão. Quando o poder age no sentido de subtrair ao cidadão a informação que lhe é devida, está corroendo as bases do exercício do jornalismo ético, que é o bom jornalismo, e corrompendo a sociedade” (BUCCI, 2000, p. 33).

Bucci (2000) também discute sobre “verdade dos fatos” e argumenta que não existe relato isento e neutro, o que existe é uma versão dos fatos em forma de discurso, sendo todo discurso ideológico. Por isso, a ética jornalística em relação às vozes consultadas e visibilizadas, para obter êxito em relação à confiabilidade da informação, precisa de pluralidade, de confrontação, de versões e não versão.

O Código de Ética da Federação Nacional de Jornalistas (Fenaj), assim como os códigos de ética que as instituições jornalísticas criam para o seu jornal em específico são enriquecedoras, na teoria, para uma melhora da prática noticiosa. Qualquer manual de jornalismo destaca a relação profissional do jornalista com a fonte e a necessidade de cautela quanto à manipulação pela fonte e à dependência por uma única fonte. A busca por esses ideais precisam ser enfrentados diariamente pelos atores da notícia.

Uma problematização necessária em relação ao código de ética consiste na legitimação do conceito de jornalista. Jornalista, de acordo com o código da Fenaj (2007), inclui quem trabalha em redação e quem trabalha fora dela, como o assessor. Bucci (2000) e Adghirni (2005), por exemplo, contestam tal reconhecimento, uma vez que assessor não pratica jornalismo. Bucci (2000) esclarece que os assessores de imprensa trabalham para um cliente ou patrão, sendo sua eficiência comprovada de acordo com a quantidade de notícias favoráveis que aparecem nos jornais e pela quantidade de informações negativas que são silenciadas pelos jornais sobre o cliente ou patrão. A informação é investigada e apurada e denuncia, alerta, indica interesse e relevância pública, contribuindo de forma crítica e social; já a comunicação não passa por investigação ou apuração e pode favorecer apenas ao interesse privado, pois o que é revelado atende a quem quer ser comunicado e não ao público em geral. O assessor, mesmo que formado em jornalismo, mesmo que tenha trabalhado em redação, não

ganha para comunicar o que é de interesse público, ganha para divulgar o que for de interesse do seu cliente ou patrão (BUCCI, 2000).

Vale ressaltar, no entanto, que o trabalho das assessorias pode representar um papel importante para a informação jornalística, como um complemento, como uma ideia de pauta importante para ser construída e divulgada em um jornal, se apurada e confirmada tais informações por um jornalista. A junção do trabalho assessorado com o trabalho do jornalista pode auxiliar em importantes matérias jornalísticas de interesse público. Lage (2008) explica que a inserção de um novo agente entre a fonte e o jornalista, o assessor, foi uma transformação que no Brasil embora tenha, inicialmente, sido vista com desconfiança, aos poucos foi entendida como satisfatória com “vertente moralizadora e ética”, que fez com que as empresas passassem a compreender a informação divulgada ao público de modo diferente, não como “mera expansão da publicidade comercial” (2008, p. 51).

O papel dos jornais nesse cenário precisa se constituir em comprometimento prático com a sua função social. Pinto (2000) reitera que o jornalista, na tentativa de minimizar o controle da fonte sobre qualquer que seja o tema debatido, possui o dever de selecionar, enquadrar e contextualizar as informações que obtêm a partir das fontes de maneira que as notícias sejam divulgadas à sociedade segundo as normas e discursos específicos da área jornalística, incluindo e excluindo sentenças conforme o que for pertinente ao cidadão. O repórter tem de ir além da técnica: precisa ser mais humano e menos maquínico. Precisa ir à procura de mais conhecimento e investigação para a sua notícia. E precisa ser mais criterioso ainda em relação às “notícias” que são enviadas às redações com o objetivo de divulgação imediata.

O jornalismo continua tendo a importância de informar, de prestar um serviço ao cidadão, para isso, precisa lutar pela sua autonomia de informar negando submissão total ao que assessorias queiram pautar como informação jornalística. Desde que haja profissionais em busca desse objetivo, priorizando a busca por pluralidade de vozes nos jornais, o jornalismo continuará tendo relevância e função social. “O diálogo é democrático; o monólogo é autoritário” (MEDINA, 2002, p.7).

O jornalismo científico especializado em saúde

O percurso do jornalismo científico no Brasil acontece concomitantemente ao da imprensa brasileira tendo como pioneiro nessa trajetória em ciência e tecnologia o fundador do Correio Braziliense, Hipólito da Costa, que deixou seu legado desde o final do século XVIII (BUENO, 2009). Outro grande nome da divulgação científica

brasileira foi José Reis, fundamental na criação e na consolidação de instituições como a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC) e a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) (MASSARANI; ALVES, 2019). Além de atuar como pesquisador, Reis também trabalhou no Grupo Folha ao longo de quase seis décadas (MASSARANI; ALVES, 2019). No século XX, a divulgação científica se intensifica, popularizando-se, a partir da década de 1970, sendo reconhecido pelos jornais como especialização, ganhando editorias próprias, o que garantiu mais relevância ao jornalismo em ciência (MORAES; CARNEIRO, 2018).

A ciência institucionalizada, por si só, constitui-se e é valorizada como uma função social, todavia, o processo de crescimento da ciência ocorreu de forma a distanciar a comunidade científica da sociedade (VOGT; MORALES, 2018) o que, por sua vez, potencializa o papel do jornalismo científico: democratiza a informação científica e, ao mesmo tempo, transmitir um conhecimento proporcionando alfabetização científica.

Outra problemática vista como primordial na ciência consiste no combate às denominadas pseudociências que utilizam de conceitos não-científicos, mas que possuem grande apelo com o público em geral e, para isso, Moraes e Carneiro (2018) acreditam ser importante a valorização dos profissionais de comunicação para um melhor esclarecimento sobre os assuntos de ciência. No jornalismo especializado em saúde, todavia, dificuldades, contrariedades e controvérsias são discutidas em relação a muitos temas que são pautados e classificados como jornalismo de serviço ou jornalismo utilitário soando mais como soluções rápidas, milagrosas e não-científicas para se manter saudável do que, de fato, com jornalismo científico.

Seria possível dizer, então, que, apesar dos textos acadêmicos associarem usualmente a ciência a método, descoberta, criação e ao mito do encontro da verdade e da realidade, na mídia, a ciência é muitas outras coisas! Ora um poderoso e rentável empreendimento produtivo, que até pode tornar-se calamitoso, ora instrumento para a descoberta, registro e encontro do inesperado e até do incontrolável! Ora instrumento político para promover o desenvolvimento, permitir a punição, ou a salvação e, ainda, a (re)inscrição de sujeitos na normalidade. (WORTMANN., 2018, p.248).

Para o jornalista, há certa complexidade em escrever informações científicas, uma vez que precisa conferir um significado popular para discursos especializados, isto é, uma informação científica em um jornal precisa necessariamente passar por uma

decodificação, uma tradução. Bueno (2010) menciona que o jornalista nesse papel, de divulgador científico, frequentemente não possui a capacitação para reformular o discurso específico da fonte consultada.

Os profissionais que trabalham com o jornalismo científico precisam compreender essa situação de forma crítica para combatê-la, pois sempre ocorreu, no entanto, acentua-se mais no atual momento de mercado, principalmente nas indústrias de guerra, farmacêuticas e tabagistas, os quais não se incomodam com a falta de ética, decidem-se pela manipulação da opinião pública (BUENO, 2009).

A grande questão atualmente, em relação às inovações tecnológicas que afetam o ecossistema comunicacional, diz respeito ao volume desmedido de informações, o que pede por um trato específico a elas, pois muito do que se tem acesso pode ser falso, ao mesmo tempo em que pode ser informação útil, como uma fonte de dados. Majoritariamente, editoriais de política e economia utilizam mais de fontes de dados, porém esse recurso deveria ser mais empregado em ciência e tecnologia (OLIVEIRA; BONATELLI; LIMA, 2018). As autoras (2018), inclusive, contextualizam o jornalismo de dados como uma especialização que se manifesta na metade da década de 2000 caracterizado por utilizar como base nas matérias jornalísticas dados, tendo como aspecto fundamental o jornalista como pesquisador. Anderson, Bell e Shirky (2013), em seu relatório, também apresentam como possibilidade para o momento atual o jornalista como *hacker*, ou seja, seria justamente esse jornalista pesquisador, que busca dados e não se contenta somente com falas oficiais para agregar valor à notícia.

O diferencial do jornalismo é praticar um exercício importante para o âmbito social. Não é só divulgar informação, mas contextualizar, humanizar, interpretar, debater diferentes perspectivas, para que o interesse coletivo prevaleça. Gerar debates, diálogos, fazer com que coletivamente uma deliberação ética seja incentivada diante do que é publicado. O jornalismo cumprindo uma função social democratiza informação e enriquece conhecimentos. Nesse sentido, desponta como elementar um olhar crítico sobre a comunicação feita pelas grandes empresas do mundo científico e tecnológico que procuram as mídias como forma de difundir suas mensagens e interesses, pois muitas vezes o progresso no mercado causa impactos negativos no social (BUENO, 2009). O agronegócio exacerbado pode ser positivo no ponto de vista comercial, entretanto, pode gerar altos índices de doenças prejudicando a qualidade de vida e enfraquecendo a luta pela promoção da saúde da população.

Uma vez que o jornalismo especializado em saúde, incorporando aspectos de serviço, pode influenciar ativamente, por exemplo, nos hábitos alimentares da

população, a ética permanece como uma questão chave. Conceitos como o de vida saudável também são construídos pelos jornais no imaginário social e, por isso, precisa prevalecer o interesse do cidadão e não estritamente o lado mercantilista. Wortmann (2018) questiona sobre a ciência representada na mídia:

[...] Uma ciência desfigurada, deturpada e distante dos atributos que a consagraram como uma das produções mais destacadas da humanidade? Ou, essa é uma ciência delineada e (re)ssignificada a partir das muitas contradições e incertezas desses chamados 'tempos pós-modernos'? (WORTMANN., 2018, p. 249).

Um jornalismo que pouco explica e muito afirma, frequentemente, mais espetaculariza do que esclarece. Muito do que o denominado jornalismo utilitário faz consiste em apenas afirmar e incorporar propriedades da publicidade, como a indução, sendo fruto de uma sociedade consumista (VAZ, 2008). Luiz Beltrão (2006) não classifica o jornalismo de serviço na qualidade de gênero jornalístico, como o informativo, o opinativo e o interpretativo, ou seja, enxerga-o como uma categoria que extrapola os gêneros tradicionais, embora, reconheça sua presença no jornalismo, principalmente impresso, além de argumentar que esse material é recebido nas redações e que demanda uma atenção diferenciada por parte do jornalista. Já Marques de Melo (2007) integra o gênero utilitário em sua classificação, porém de modo a complementar a notícia. De acordo com o autor (2007), o gênero utilitário surge no final do século XX como resposta às sociedades habitadas por cidadãos-consumidores e suas necessidades por rápidas decisões que, por sua vez, solicitavam informações imediatas.

O jornalismo utilitário em saúde enriquece uma notícia se utilizada como um adicional, uma vez que afirmações vazias sobre como se alimentar não propiciam um olhar crítico e coletivo em relação a pautas políticas que precisam ser conhecidas pela população. A saúde não pode ser vista apenas a partir de pautas frias. Para que a comunicação científica, especificamente no jornalismo de saúde, seja efetivada em prol da população, Bueno (2007) e (2015) exemplifica a importância de informar sobre promoção à saúde como um pré-requisito na pauta sobre cultura, ou seja, expressar que a saúde coletiva está intrinsicamente atrelada ao social, político, ambiental e econômico, desprivilegiando pautas de soluções milagrosas para a saúde individual das pessoas, de cunho utilitário, mas desmazelado.

A notícia, como produto de mercado, ganha contornos mais graves quando se trata da saúde porque, também neste campo, há uma crescente mercantilização com a predominância de reportagens sobre o corpo, a beleza e os problemas de saúde que afetam as pessoas. Essas notícias vendem muito mais do que outras notícias de saúde e, por isso, são consideradas estratégicas no campo da comunicação. Neste contexto, intensificam-se os conflitos entre profissionais da saúde e de comunicação, especialmente os jornalistas, e desses com o processo mais geral de produção de notícias. Há uma tensão permanente entre o valor de mercado da notícia e o caráter democrático que deve ter a comunicação (KUSCINSKY., 2002, p. 95).

Os profissionais da saúde, muitas vezes, objetivam utilizar da comunicação e mediação jornalística a partir de uma função pedagógica, isto é, esclarecer sobre assuntos de saúde de interesse público, porém nada mais profundo que isso (KUSCINSKY, 2002). Entretanto, a função jornalística tem por característica secundária o fator pedagógico; a função central é crítico-informativa, fazendo com que essa informação de interesse público não sirva somente de conhecimento, mas de fortalecimento da consciência crítica da população sobre seus direitos (KUSCINSKY, 2002). Assim, é necessário ir além de uma cobertura conservadora sobre o tema, que responsabiliza e muito foca no indivíduo e em seu estilo de vida, o que acarreta na invisibilidade do gestor ou profissional de saúde e dos governantes em relação ao seu papel enquanto representantes sociais (AMARAL; LANGUARDIA, 2014).

Existe um conflito ético nessa relação. O jornalismo prima em mostrar o que acontece, mas com o intuito de demonstrar como deveria ser e cobrar a partir disso, junto a uma consciência crítica do cotidiano. Já “a Ciência procura só saber como a natureza funciona e não como ela deveria funcionar” (KUSCINSKY., 2002, p. 102).

Embora o jornalismo científico não seja o único meio de divulgação científica para a população, a contribuição do jornalismo é fundamental se atrelada à criticidade necessária nesse processo. Nesse contexto, uma educação para as mídias seria importante, uma vez que as mídias perpassam as dinâmicas sociais, econômicas, políticas e culturais de um Estado-nação. As articulações vigentes na sociedade não podem ser desprezadas, por isso, o diálogo entre comunidade científica, mídias e sociedade precisa ser manejado (PEZZO, 2018) em prol de mais ética, mais debates e mais democratização de informação e de conhecimento.

Considerações finais

O artigo buscou delinear a importância em relação à compreensão da função social nos jornais, refletindo o papel do jornalismo brasileiro nesse cenário, no que diz respeito, principalmente, às fontes de notícias. O que a imprensa almeja atualmente? O cidadão, ainda, julga que é no jornalismo que se encontra a verdade dos fatos. É preciso sustentar uma relação ética entre jornalismo e cidadãos e isso acontece com jornalismo de qualidade que almeja o bem comum.

O jornalismo, que nasceu no capitalismo, enuncia-se como fortalecedor da democracia que transfere informação e conhecimento, garantindo uma ética popular, por isso, não pode se subordinar completamente aos preceitos mercadológicos do sistema, pois essa postura pode gerar conflitos com a sua responsabilidade social.

Como cultivar ideais éticos acima dos mercadológicos? O que se fazer para que os interesses mercadológicos não engulam o papel social dos agentes que se dispõem a informar para a população assuntos de interesse público? A resposta quem nos dá são os gregos: a ética.

A globalização veio com o domínio absoluto do capital sobre o trabalho e a primazia dos negócios sobre todos os demais aspectos da vida humana. Um mundo como esse, em que o imperialismo expressa o interesse dos investidores, apresentado como bem comum, a concorrência não obedece a regras nem o individualismo conhece limites, fica a um passo da barbárie. E tudo o que impede de cair nela é o compromisso ético (LAGE., 2008, p. 70).

Vale destacar ainda que, mesmo em situações de controle e precarização, as brechas no sistema sempre vão existir.

Logo, senhores, se o homem público há de viver na fé que inspirar aos seus concidadãos, o primeiro, o maior, o mais inviolável dos deveres do homem público é o dever da verdade: verdade nos conselhos, verdade nos debates, verdade nos atos; verdade no governo, verdade na tribuna, na imprensa e em tudo verdade, verdade e mais verdade (BARBOSA., 1990, p. 67).

É preciso repensar e priorizar os valores, a ética e as competências da função social do jornalismo em um momento em que há uma crise de mediação na profissão, na medida em que chega ao público informações mediadas por diversos atores sociais, fazendo com que o protagonismo da mediação jornalística se esvaia.

Quanto ao jornalismo científico e especializado, está inserido nesta complexa e árdua empreitada, desde Hipólito da Costa aos dias atuais, embora muito se evoluiu,

muito também precisa de construção e enfrentamento que vão além da técnica, precisam da coragem humana. A ciência e os meios de comunicação aproximam-se daqueles de grandes interesses (BUENO, 2009), silenciando o lugar da função social que deveria ser compreendido como o papel principal.

Referências

- ADGHIRNI, Z. L. O jornalista: do mito ao mercado. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 2, n. 1, p. 45-57, 2005.
- ALMEIDA; B. C. A. M. Casamento de conveniência: a relação entre fontes e jornalistas. **Comunicação & Informação**, v. 13, n.2, p. 30-40, jul./dez. 2010.
- AMARAL, V. M.; LAGUARDIA, J. Mídia e risco à saúde: o caso dos emagrecedores nas revistas semanais de informação. In: CONGRESSO ALAIC. **GT 5: Comunicação e Saúde**. Peru, 2014. Disponível em:
<<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wpcontent/uploads/2013/09/VanessaAmaral.pdf>>. Acesso em 10 jun. 2019.
- ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo Pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, abr./jun. 2013, p.30-89.
- BARBOSA, R. **A imprensa e o ver da verdade**. São Paulo: Com-Arte, Editora da Universidade de São Paulo, 1990. 80 p.
- BELTRÃO, L. **Teoria e Prática do Jornalismo**. Cátedra Unesco Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Edições Omnia, 2006.
- BUCCI, Eugênio. **Sobre Ética e Imprensa**. São Paulo: Cia. Das Letras, 2000.
- BUENO, W. C. Comunicação e promoção da saúde no Brasil. In: BAGRICHEVSKY M, ESTEVÃO A, PALMA A. **A saúde em debate na educação física**. Ilhéus: Editus; 2007. p. 231- 252.
- BUENO, W. C. Jornalismo científico no Brasil: os desafios de uma trajetória. In PORTO, C. M., Org. **Difusão e cultura científica: alguns recortes** [online]. Salvador: EDUFBA, 2009. p. 113-125.
- BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Inf. Inf.**, Londrina, v. 15, n. esp, p. 1 - 12, 2010.
- BUENO, W. C. Comunicação para a saúde: a prescrição deve ir além da competência técnica. In: PESSONI, A. (Org.). **Comunicação, Saúde e Pluralidade: novos olhares e abordagens em pauta**. São Caetano do Sul: USCS, 2015, v.6, p. 65-85.
- FENAJ. **Código de ética dos jornalistas brasileiros**. Brasília: Federação Nacional dos Jornalistas, 2007.

- GOMES, M. R. **Ética e Jornalismo** – Uma cartografia de valores. São Paulo: Escrituras Editora, 2002.
- HARVEY, D. A compressão do tempo-espaço e a condição pós-moderna. In: **A condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1992
- KUSCINSKY, B. Jornalismo e saúde na era neoliberal. Saúde e Sociedade, São Paulo, v. 11 n. 1, 95-103, 2002.*
- LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 7ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- LEAL, B. S; CARVALHO C. A. De fontes a agentes jornalísticos: a crítica de uma metáfora morta. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 34, p. 606-622, set./dez. 2015.
- MARCONDES FILHO, C. **Imprensa e Capitalismo**. São Paulo: Kairos, 1984.
- MARQUES DE MELO, J. **Gêneros de Comunicação Massiva**. São Bernardo do Campo: Metodista, 2007.
- MASSARINI, L. M; ALVES, J. P. A visão de divulgação científica de José Reis. **Ciência e Cultura**, v. 71, n. 1, 56-59, 2019.
- McLUHAN, M. **Galáxia de Gutemberg**. São Paulo, Cia. Editora Nacional, 1977.
- MEDINA, C. A. **Entrevista – O Diálogo Possível**. São Paulo: Ática, 2002.
- MOLOTCH, H; LESTER, M. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In N. TRAQUINA (Ed.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Veja, 1993.
- MORAES, E. C; CARNEIRO, E. M. A evolução do jornalismo na divulgação científica. . In: **Com ciência e divulgação científica**. VOGT, C; GOMES, M; MUMIZ, R. (Orgs.). Campinas: BCCL/UNICAMP, 2018. p. 189-198.
- MORETZSOHN, S. **Pensando contra os fatos: jornalismo e cotidiano, do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.
- OLIVEIRA, S; BONATELLI, M. L; LIMA, S. A. Jornalismo de dados amplia as oportunidades do jornalismo científico. In: **Com ciência e divulgação científica**. VOGT, C; GOMES, M; MUMIZ, R. (Orgs.). Campinas: BCCL/UNICAMP, 2018. p. 165-172.
- PEREIRA JUNIOR, L. C. **A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.
- PEZZO, M. Cultura científica e cultura de mídia: relações possíveis (e necessárias) na prática de divulgação da ciência. In: **Com ciência e divulgação científica**. VOGT, C; GOMES, M; MUMIZ, R. (Orgs.). Campinas: BCCL/UNICAMP, 2018. p. 87-98.
- PINTO, M. Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. **Comunicação e Sociedade 2**. Braga, v. 14, p. 277-294, 2000.

- PLAISANCE, P. L. *Ética na comunicação: princípios para uma prática responsável*.
Tradução: Joice Elias Costa. Poro Alegre: Penso, 2011.
- SAGAN, C. *O mundo assombrado pelos demônios*. São Paulo, Companhia de Bolso,
2006.
- SCHMITZ, A. A. **Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo**.
Florianópolis: Combook, 2011.
- SIQUEIRA, D. C. O. Televisão e divulgação científica. In: **Com ciência e divulgação científica**. VOGT, C; GOMES, M; MUMIZ, R. (Orgs.). Campinas: BCCL/UNICAMP, 2018. p. 251-256.
- VAZ, T. V. *Jornalismo de Serviço: as espécies utilitárias como gênero na mídia brasileira*.
In: Congresso Intercom, **NP Jornalismo**, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação. Natal, 2008. Disponível em:
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0482-1.pdf>>
Acesso em: 19 jun. 2019.
- VOGT, C; MORALES, A. P. *Cultura científica*. In: **Com ciência e divulgação científica**.
VOGT, C; GOMES, M; MUMIZ, R. (Orgs.). Campinas: BCCL/UNICAMP, 2018. p. 13-22.
- WORTMANN, M. L. C. *A visão dos estudos culturais da ciência*. In: **Com ciência e divulgação científica**. VOGT, C; GOMES, M; MUMIZ, R. (Orgs.). Campinas: BCCL/UNICAMP, 2018. p. 243-250.

ABSTRACT:

Journalism and science fulfill a social function that can only be performed if followed by ethical values. The contemporary moment creates ethical challenges about pressure for immediacy by technology evolution and by specialized actors of scientific information. The main objective of this article is based on the exposition of analyzes and articulations of various authors on ethics, journalism, science and news sources as news promoters, with emphasis on health, and their professional interlocutions, essential for quality journalism, not only utility, but which enables scientific literacy, the democratization of knowledge and the promotion of health

KEYWORDS: Ethics; Scientific journalism. News sources. Democratization of knowledg. Health promotion.

RESUMEN:

El periodismo y la ciencia cumplen una función social que solo puede realizarse si se siguen valores éticos. El momento contemporáneo crea desafíos éticos en relación con la presión por la inmediatez proporcionada por la evolución de la tecnología y por los actores especializados de la información científica. El objetivo principal de este artículo se basa en la exposición de análisis y articulaciones de varios autores sobre ética, periodismo, ciencia y fuentes de noticias como promotores de noticias, con énfasis en la salud y sus interlocuciones profesionales, esenciales para el periodismo de calidad que permite la alfabetización científica, la democratización del conocimiento y la promoción de la salud.

PALABRAS-CLAVES: Ética. Periodismo científico. Fuentes de noticias. Democratización del conocimiento. Promoción de la salud.