

## A Recontextualização da Informação sobre a “Pílula Anti-Barriga” nos Sites *Folha e Minha Vida*

---

### The Recontextualization of Information about the “Anti-Belly Pill” in “Folha” and “Minha Vida” Websites

Luciene da Silva Dias\*

Cristiane Cataldi\*\*

**RESUMO:** Este trabalho pretende analisar o tratamento linguístico-discursivo dado às informações de caráter científico acerca do tópico temático “pílula anti-barriga”, apresentado de forma polêmica nas publicações das mídias brasileiras *on line Folha e Minha Vida*, nos dias 24 e 27 de outubro de 2008. Para tanto, serão considerados os pressupostos teórico-metodológicos da Análise do Discurso da Divulgação Científica. Depois de analisar as estratégias linguístico-discursivas utilizadas no processo de *recontextualização* do tema em questão, tanto no nível micro quanto macro-textual, observamos que no *site Folha* objetivou-se veicular a informação com mais riqueza de detalhes, embora não se tenha deixado de lado os termos técnicos, ao passo que, no *Minha Vida*, a divulgação foi elaborada de forma breve e bastante técnica, podendo não atender às necessidades cognitivas do leitor.

---

\* Mestranda em Estudos Linguísticos – Universidade Federal de Viçosa (UFV) – E-mail: <luciene.dias@ufv.br>.

\*\* Professora Adjunta – Universidade Federal de Viçosa (UFV) – E-mail: <cristiane.cataldi@ufv.br>.

**PALAVRAS-CHAVE:** análise do discurso; divulgação científica; *recontextualização*; estratégias linguístico-discursivas; mídia *on line*.

**ABSTRACT:** This study aims to analyze the linguistic-discursive treatment given to the scientific information about the thematic topic "anti-belly pill," presented in a controversial way in the Brazilian media publications *Folha Online* and *Minha Vida* on October, 24<sup>th</sup> and 27<sup>th</sup>, 2008. For this goal, we considered the theoretical and methodological principles of discourse analysis of scientific broadcasting. After having analyzed the linguistic and discursive strategies used in the process of contextualization of the theme both at the micro and macro-textual levels, we observed that the "Folha Online" website aimed to transmit information with a greater wealth of details, although they have not dismissed the technical terms, while *Minha Vida* briefly and technically elaborated it, which may have not met the cognitive needs of the reader.

**KEY WORDS:** discourse analysis; scientific broadcasting; recontextualization; linguistic-discursive strategies; online media.

## 1 Introdução

O tópico deste trabalho compreende o desenvolvimento do arcabouço teórico e metodológico referente à Análise do Discurso da Divulgação Científica. A intenção é a de oferecer uma contribuição à Linguística no tocante ao processo da divulgação científica, realizado, muitas vezes, por mídias cuja missão é o recrutamento de certas estratégias, para que as informações específicas do

campo científico atinjam um interlocutor inscrito no quadro do “público geral”.

Por essa razão, é interessante analisar o tratamento linguístico-discursivo dado às informações de caráter científico acerca do tópico temático “pílula anti-barriga” (remédio antiobesidade Acomplia®), publicado nas mídias brasileiras *on line* *Folha* e *Minha Vida*, nos dias 24 e 27 de outubro de 2008. O tópico é apresentado de forma polêmica, devido ao fato de a venda dessas pílulas ter sido suspensa, uma vez que poderia ocasionar riscos à saúde de seus consumidores.

Em relação aos dois portais em questão, o *site Minha Vida*, fundado em julho de 2004 com a marca *Dieta e Saúde*, que se intitula como mídia independente de saúde e bem-estar, está centrado na construção de informações sobre saúde e beleza, mantendo ampla comunicação com seus seguidores a partir de conteúdo editorial, serviços, *e-commerce* (comércio eletrônico) e ferramentas de comunidade. Ainda segundo o próprio *site*, seu objetivo principal seria melhorar a qualidade de vida das pessoas interessadas no tipo de informação disponível no portal. O *site* apoia a constituição de comunidades virtuais que abordem temas como saúde, alimentação, beleza, *fitness*, bem-estar, gravidez, bem como cuidados com bebê. O *Ibope eRatings*<sup>1</sup> coloca o portal *Minha Vida* como líder em audiência na sua categoria, contando com 2 milhões de acessos, mais de 3 milhões de usuários cadastrados e 5 mil assinantes. Já a *Folha de S. Paulo*, fundada em 1921, é, desde a década de 80, um dos jornais mais vendidos no país. Segundo editorial do próprio jornal, seu crescimento se deve ao fato de este ser um jornal plural, apartidário, dotado de atitude crítica e de independência. Sua circulação impressa é de abrangência nacional, sendo o

---

<sup>1</sup> Instituto de medição de audiência, publicidade e comportamento dos usuários de *Internet*, que apresenta *rankings*, considerando Propriedades (conjunto de domínios), Domínios e *Sites* dentro desses Domínios.

primeiro veículo de comunicação do Brasil a oferecer conteúdo *on-line* a seus leitores. As reportagens são produzidas pela própria equipe de jornalistas da instituição, cujas redações são oriundas da *Folha On line*, *Agência Folha*, *FolhaNews*, agências internacionais e reportagens dos jornais *Folha de S. Paulo* e *Agora*, objetivando, além de serviços com destaques para áreas de interatividade, a criação, a produção e o desenvolvimento de conteúdo jornalístico *on line*. Consta como compromisso do jornal a produção de conteúdo *on line* com a mesma qualidade editorial da *Folha* impressa.

Quando nos referimos à recontextualização do discurso científico nas mídias *Folha* e *Minha Vida*, emerge uma questão central da nossa discussão: como o discurso científico é apropriado por esses portais no espaço concreto e ideológico pertinente ao público-leitor? O encontro do âmbito científico com a experiência social cotidiana obriga uma troca de registros. O processo de divulgação da informação de caráter científico, abrangendo desde a coleta de informações selecionadas até a reformulação do discurso, presta-se a um grande número de estratégias comunicativas. Cataldi (2007) aponta algumas delas, na esteira de um trabalho desenvolvido por Calsamiglia: o léxico passa a ser composto por vocabulário comum; a sintaxe deixa de estar sujeita à ordem canônica; o texto transforma-se em uma entidade aberta e heterogênea, com possibilidades de associar seu conteúdo a temas da vida cotidiana.

Não se pretende, neste trabalho, abarcar uma análise de todas as publicações das mídias *Minha Vida* e *Folha* que apresentem artigos em torno do tópico em questão, ou mesmo de grandes quantidades de publicações. Objetiva-se promover um recorte sócio-histórico para estudo a fim de que, a partir disso, construa-se a análise específica sobre dois artigos eleitos, presentes na seção *Beleza*, do *Minha Vida*, e na seção *Ciência e Saúde*, do *site da Folha*.

Desse modo, uma significativa preocupação notabiliza-se no momento em que se estabelecem ponderações no que tange à definição do aludido momento histórico. Partindo da ideia de que, para efeitos de estudos discursivos, não se podem desconsiderar as circunstâncias de produção, uma vez que “existe uma profunda relação entre a linguagem e o contexto sócio-histórico em que ela se insere” (MELO, 2007, p. 105), uma possível proposta para o recorte seria o estabelecimento desse contexto, levando-se em conta que, no dia 23 de outubro de 2008, a Emea (Agência Europeia de Medicamentos) suspendeu por tempo indeterminado a venda do remédio antiobesidade Acomplia®. Um dia depois, no Brasil – onde a droga passou a ser comercializada em 2008 – a Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) recebeu, do laboratório Sanofi-Aventis, o pedido de suspensão e, em seguida, recomendou aos pacientes usuários da Acomplia® que procurassem seus médicos para devida revisão do tratamento. Ainda no Brasil, a Anfarmag (Associação Nacional de Farmacêuticos Magistrais) indicou a todas as farmácias magistrais do país que suspendessem as formulações que contenham como princípio ativo o *rimonabanto*, substância contida no medicamento.

A questão temática central que se pretende desenvolver neste trabalho refere-se ao processo que caracteriza a divulgação científica em termos das estratégias linguístico-discursivas utilizadas na difusão do polêmico tema relacionado à comercialização do Acomplia®, publicado nas mídias *on line* *Folha*, seção *Ciência e Saúde*, no dia 24 de outubro de 2008, e *Minha Vida*, seção *Beleza*, no dia 27 de outubro de 2008.

## **2 As mídias *Minha Vida* e *Folha***

O portal *Minha Vida* pretende, de forma mais geral, expor conhecimentos relacionados a saúde e bem-estar. Toda essa informação é veiculada em um único endereço virtual,

sendo a prestação desse serviço supervisionada por especialistas e editores responsáveis. O *site* chega a oferecer planos alimentares elaborados por uma equipe de nutricionistas da própria instituição. Justamente pelo seu perfil de divulgação de novidade no que tange à saúde e ao bem-estar, evidenciando uma característica inerente aos veículos utilizados para divulgar informações procedentes do âmbito científico, *Minha Vida* tem como foco a própria informação técnico-científica que seja conveniente a um público leitor amplo, leigo e heterogêneo. Da mesma forma, a *Folha*, em seu caráter pluralista e de grande abrangência nacional, abarca um público geral, interessado em novidades contemporâneas. Isso, entretanto, não implica o fato de esses serem efetivamente leitores aptos ao entendimento do texto-fonte científico, o que criaria a necessidade de um veículo mediador para a aproximação de pelo menos duas esferas: (i) a técnico-científica, dotada de vocabulário técnico, específico do âmbito científico e (ii) as concepções sociais, culturais, políticas e econômicas típicas do cotidiano. Segundo Calsamiglia (1997, p. 16), “a nova relação interpessoal e o encontro de universos de referência distintos justificam as possibilidades abertas do registro divulgativo<sup>2</sup>”. Dessa forma, é perfeitamente aceitável que esse tipo de informação, de divulgação científica<sup>3</sup>, passe por um processo de reformulação, objetivando um discurso acessível voltado para a comunicação com o público leitor, ávido por novos conhecimentos.

Jornalistas responsáveis por esse tipo de mídia têm como missão gerir certas estratégias linguístico-discursivas para que as informações específicas do campo científico atinjam um

---

<sup>2</sup> Tradução nossa de: “la nueva relación interpersonal y el encuentro de los universos de referencia distintos justifican las posibilidades abiertas del registro divulgativo”.

<sup>3</sup> Por divulgação científica, entendemos o conjunto de informações midiáticas que são produzidas em situações comunicativas distintas das estabelecidas entre os cientistas e seus pares, sendo, pois, um texto reformulado por um jornalista, ou mesmo por um cientista, para um leitor não especializado no assunto que está sendo tratado.

alocutário que, mesmo interessado nesse tipo de informação, inscreve-se no quadro do “público geral”, nomeadamente, aquele que abrange inclusive os leitores leigos.

Um saber que é recontextualizado inevitavelmente envolve uma gama de processos, quer sejam cognitivos, quer sejam linguísticos. Assim sendo, todo o arcabouço teórico para discussão do presente trabalho deve ser entremeado de estudos que envolvam a prática da reformulação discursiva. Isso se torna instigante à medida que a descrição das referidas estratégias pode servir como fonte de estudo para a área de comunicação social bem como para outras disciplinas textuais correlatas.

Além do mais, assinalando o discurso como polifônico, antevemos que as várias vozes que podem ser depreendidas dessa dialogia expressam tendências e visões de mundo sujeitas à reformulação de um novo locutor. A pluralidade de opiniões e pontos de vistas que interferem na percepção do público em relação ao tema em questão é diversificada e polifônica no que se refere, inclusive, aos benefícios e possíveis riscos proporcionados pela pílula “anti-barriga”. Essa realidade comunicativa só se torna possível graças à presença de diferentes atores sociais ao longo do processo de difusão do conhecimento científico em questão. Seguindo esse raciocínio, realizaremos uma análise que leva em conta a explicitação de mecanismos linguístico-discursivos responsáveis pela articulação de ideologias institucionais, o que torna a pesquisa ainda mais interessante em termos de relações entre linguagem e sociedade.

### **3 Análise do discurso da divulgação científica**

Considerando os pressupostos da Análise do Discurso (VAN DIJK, 1990, 2000), sabemos que cada texto, como

unidade de análise, deve ser focado a partir do seu contexto real de aparição, de acordo com os propósitos e finalidades de cada situação comunicativa. Afinal, “o discurso é um fenômeno prático, social e cultural”<sup>4</sup> (VAN DIJK, 2000, p. 21).

De acordo com Calsamiglia e Cassany (1999) *apud* Cataldi (2007), a Análise do Discurso, baseada na integração de diversas disciplinas que enfocam o uso linguístico em contexto, como a pragmática, a análise da conversação, a teoria da enunciação, a ciência cognitiva, a retórica, a linguística textual, permite relacionar os elementos da língua com as condições contextuais da divulgação, de forma que o uso das unidades linguísticas concretas, as expressões e os procedimentos discursivos, as formas de construção textual e os gêneros sejam contemplados desde o ponto de vista dos propósitos e dos protagonistas do intercâmbio comunicativo.

A aproximação entre o conhecimento científico e técnico e o conhecimento social e cotidiano favorece o surgimento do jornalista científico e ao, mesmo tempo, o aparecimento do cientista na mídia, já que, muitas vezes, é possível encontrar a transformação do discurso científico em jornalístico através do próprio cientista. Logo, assim como o jornalista deve ser capaz de compreender, analisar e explicar as inovações científicas para transmitir os conhecimentos necessários ao público em geral, que terá sua vida direta ou indiretamente afetada por essas descobertas, o cientista também deve saber transformar seu discurso para torná-lo acessível ao grande público.

Dessa forma, a tarefa de divulgar a ciência e a tecnologia na mídia impressa apresenta-se como uma prática discursiva dinâmica e complexa, determinada por uma série de recursos e procedimentos linguístico-discursivos. O fato de a divulgação ser a representação de um discurso acerca de outro discurso

---

<sup>4</sup> Tradução nossa de: “El discurso es [...] un fenómeno práctico, social y cultural”.

revela a dinâmica cognitiva, intertextual e social que caracteriza essa prática discursiva: o saber é representado em textos e esses são sucessivamente reformulados segundo os circuitos de difusão de cada conhecimento científico (CATALDI, 2007).

#### **4 O processo de recontextualização como prática discursiva**

Divulgar ciência significa informar sobre um conhecimento específico a um público amplo e diversificado de leitores, é colocar o conhecimento científico ao alcance do público não especialista (CHICA, 1997). Essa é uma tarefa fundamental dos jornalistas científicos na sociedade atual. De acordo com Calsamiglia (1997, p. 15), é possível afirmar que nem o fazer científico tem valor sem transcender à vida social, nem a sociedade contemporânea suporta não ter informações sobre os avanços da ciência<sup>5</sup>, dada a crescente e constante preocupação com questões referentes à saúde e aos avanços tecnológicos, visando uma melhoria na qualidade de vida das pessoas.

Calsamiglia (1997) ressalta que a transmissão do saber tem dois canais fundamentais: um é o institucional e outro é o dos meios de comunicação. O primeiro ocorre nos estabelecimentos dedicados aos estudos primários, médios e superiores, instituições que pretendem consolidar as bases para a transmissão do saber em nossa cultura. O segundo ocorre na mídia em geral: revistas, jornais, televisão, rádio, Internet. Sabe-se que esses dois canais estabelecem relações interdependentes, mas, por ora, este trabalho se centrará no segundo canal, que está relacionado ao âmbito da divulgação científica na Internet.

---

<sup>5</sup> Tradução nossa de: “ni el quehacer científico tiene valor sin transcender a la vida social, ni la sociedad contemporánea soporta no tener información sobre los avances de la ciencia”.

De acordo com Ciapuscio (1997), em todas as suas modalidades, a difusão da ciência implica procedimentos de transformação, de reformulação da informação científica. Ainda, segundo a autora, a origem dos textos divulgativos encontra-se em textos produzidos pelos cientistas, o que garante que a produção dos textos sobre ciência para o público em geral se constitui por uma ação reformulativa geral, tanto em relação ao conteúdo quanto aos aspectos emotivos da linguagem. Corroborando essa tese, van Dijk (2000, p. 20) sustenta que as pessoas realizam ações de índole política ou social quando utilizam textos ou falam<sup>6</sup>.

A divulgação científica nos jornais busca compartilhar socialmente os resultados dos trabalhos científicos. Logo, conforme ressalta Ciapuscio (1997), o propósito desses textos é duplo: por um lado, promover informação científica; por outro, persuadir acerca de sua importância e utilidade. Esse objetivo persuasivo se vincula com uma vocação explícita dos meios de comunicação: aumentar o interesse por temas relacionados à ciência.

A divulgação de informações de caráter científico na mídia impressa apresenta-se a partir de uma variedade de estratégias comunicativas que abarcam questões de seleção da informação, organização da mesma e reformulação discursiva, que permitem observar o tratamento dado pelo jornalista à informação científica que está sendo enfocada (CATALDI, 2007).

O processo de *recontextualização* do conhecimento científico na mídia impressa caracteriza-se por *re-criar* esse tipo de conhecimento para cada público (CALSAMIGLIA, BONILLA, CASSANY, LÓPEZ e MARTÍ, 2001). Nessa concepção, o conhecimento científico está diretamente

---

<sup>6</sup> Tradução nossa de: “las personas llevan a cabo acciones de índole política o social cuando utilizan textos o hablan”.

relacionado com a sua representação discursiva, inserida e dependente de um contexto comunicativo concreto (identidade e status dos interlocutores, circunstâncias temporais, espaciais, econômicas, sociais, culturais etc.). Portanto, a tarefa divulgadora não somente exige a elaboração de uma forma adequada às novas circunstâncias (conhecimentos prévios do destinatário, interesses, canal comunicativo etc.), mas também à reconstrução – a *re-criação* – do mesmo conhecimento para um público diferente. De acordo com essa concepção, a divulgação da ciência é enfocada desde uma perspectiva essencialmente discursiva ao considerar a estrutura, a organização e a reformulação textual, as especificidades léxico-semânticas, as particularidades enunciativas e retóricas, dentre outras, que evidenciam a dinâmica da *recontextualização* do discurso científico em discurso divulgativo.

Os recursos linguístico-discursivos utilizados para *recontextualizar* as informações sobre ciência, com o objetivo de garantir a compreensão do público em geral e, conseqüentemente, contribuir para que o cidadão possa participar das transformações sociais, culturais, políticas, econômicas, industriais, éticas e jurídicas, proporcionadas pelos diversos avanços da ciência, são muitos e variados e têm uma importância vital, já que a utilização dos procedimentos mais apropriados e adequados determinará o ciclo comunicativo que permitirá o diálogo entre ciência, tecnologia e sociedade. Nesse enquadre, o jornalista científico surge com o objetivo de estabelecer uma relação integrada entre os novos conhecimentos e a vida cotidiana dos cidadãos.

## **5 “Pílula anti-barriga” sob polêmica na mídia**

Tem-se observado, na sociedade atual, uma crescente preocupação com a saúde e com o bem-estar da população,

sobretudo, no que se refere a questões relacionadas à estética. Muitas são as pessoas preocupadas em manter a juventude e o corpo esbelto. Vivemos numa ditadura da magreza, em que a obesidade deixa de ser apenas uma doença e passa a ser vista como oposição à beleza.

Nessa busca incansável pelo ideal de beleza, inúmeras pessoas recorrem a vários tratamentos para eliminar as gorduras de seu corpo. Com isso, as pílulas emagrecedoras ganham espaço no mercado e também na mídia. Vários são os veículos de informação que discutem a questão, na maioria das vezes, ressaltando os aspectos positivos ou negativos do tratamento, por pessoas da área da saúde ou de outras especialidades.

Nas notícias selecionadas para este trabalho, a polêmica recai sobre a pílula Acomplia®, também conhecida como pílula anti-barriga. Segundo as informações divulgadas nos *sites Minha Vida* (Seção Beleza) e *Folha* (Seção Ciência e Saúde), tal pílula foi retirada do mercado, em outubro de 2008, acusada de dobrar a probabilidade do consumidor em desenvolver transtornos psiquiátricos, como depressão, ansiedade e problemas de sono.

Sabe-se que a motivação central para a publicação dessas informações é de caráter político e econômico, já que se trata da proibição de um produto no comércio. Todavia, haja vista que esse é um medicamento relacionado à saúde, tais informações apresentam também um caráter de cunho científico.

Acredita-se que essa seja uma questão que interessa à boa parte da sociedade. Afinal, se esse medicamento, consumido por tantas pessoas – 110 mil na Europa e número não divulgado no Brasil, segundo a *Folha* – foi proibido, existe uma motivação séria para isso. Logo, divulgar esse acontecimento é uma tarefa necessária para o bem-estar da população. Sendo assim, é importante que algumas informações relacionadas ao

medicamento sejam “popularizadas”, e de maneira confiável, fato que pode ser justificado na notícia selecionada do *site* da *Folha*, através das vozes de cientistas evidenciadas nesse discurso, conforme podemos verificar através da seguinte informação:

Segundo Antônio Roberto Chacra, chefe da disciplina de endocrinologia da Unifesp (Universidade Federal de São Paulo), o Acomplia sempre teve efeitos colaterais discutíveis. ‘Apóio a decisão de suspensão. Medicações devem sempre ajudar. Se houver qualquer risco, tem que suspender mesmo’. Ele diz que receitava pouco o remédio e que seus pacientes não tiveram efeitos colaterais graves, mas alguns ficaram emocionalmente instáveis. O laboratório sempre avisou que o medicamento não deveria ser usado com fins estéticos, apenas em pacientes com fatores de risco, com uma obesidade muito grande. Mas, com esses estudos, é melhor suspender. (*Folha*, 24/10/2008).

Sabemos que o uso de citação de autores renomados, ou especialistas no assunto, é uma importante estratégia utilizada no discurso de divulgação científica, pois, ao mesmo tempo que respalda a competência do produtor do texto, já que este se utiliza de vozes legitimadas para estruturar seu texto, tornando o discurso mais confiável para o leitor. Vieira (1999), ao elencar dicas de como cientistas e divulgadores de ciência devem produzir seu texto, aponta que quando um cientista é citado, torna-se importante especificar seu nome e sua atividade. Afinal, é dessa maneira que o leitor fica sabendo se tal voz é legitimada ou não. Nos argumentos de autoridade utilizados pelo *Folha*, a atividade profissional dos dois cientistas citados foi mencionada da seguinte forma: “Chefe da disciplina de endocrinologia da Unifesp” e “diretor médico da Sanofi Aventis”, laboratório que também é responsável por reproduzir o medicamento. É interessante salientar que, em geral, as vozes utilizadas para legitimar um discurso são de pessoas que ocupam cargos mais

elevados, como por exemplo, “chefe” e “diretor”. Essa é uma estratégia que tende a aumentar a credibilidade dos leitores em relação ao discurso reportado.

Já no *Minha Vida*, não foram utilizados argumentos de autoridade, fato que pode diminuir a credibilidade das informações relatadas para o leitor do texto.

Observamos que o objetivo central desse último *site* foi divulgar a proibição do medicamento, mas sem transmitir ao leitor algumas informações mais específicas sobre a droga, que poderiam ser úteis ou até mesmo necessárias para a compreensão efetiva do fato. Todavia, apesar dessa escassez de informação, é disponibilizada ao final da notícia o *e-mail* e o telefone da Gerente de Informações, para mais esclarecimentos.

Com isso, notamos que o *Minha Vida* teve por objetivo apenas informar de maneira breve os seus leitores, isentando-se, talvez, de maiores responsabilidades, apesar de seu caráter mais técnico em relação ao *Folha*. Por outro lado, o *Folha*, além de informar, também debate o assunto com seus leitores, pois apresenta argumentos sobre os riscos e os benefícios do medicamento, inclusive com respaldo de cientistas. Contudo, independentemente da especificidade do portal *Minha Vida*, ambas as mídias utilizaram-se de uma seleção vocabular pertencente a um campo semântico científico. Essa ocorrência pode estar associada ao fato de o *Minha Vida* ser um *site* especializado, que trata de questões relativas à estética e saúde, e o *Folha*, pela seção à qual o artigo está vinculado, intitulada *Ciência e Saúde*.

Para analisar como ocorreu a recontextualização das informações sobre a polêmica “pílula anti-barriga” nos *sites* em questão, tomaremos por base as estratégias divulgativas utilizadas, que serão discutidas na sequência.

### 5.1 O processo de *recontextualização* da informação sobre a “pílula que derrete a barriga”

Conforme contextualizado na introdução, o grupo *Folha* está voltado para uma mídia de circulação nacional, seja ela impressa ou *on line*, orientada para o grande público, sobretudo, para a classe média. Logo, divulgar informações relacionadas à saúde e, conseqüentemente, à beleza, nesse caso, torna-se pertinente, uma vez que o seu público-alvo, em geral, tem um grande interesse por essas questões. Para *recontextualizar* tais informações, importantes estratégias linguístico-discursivas, tais como a *expansão* e a *variação*, foram utilizadas.

Já o *Minha Vida*, embora menos conhecido, é um *site* de notícias específicas sobre questões de saúde e beleza. Assim, esperava-se, inicialmente, que neste fossem encontradas distintas estratégias divulgativas. No entanto, dada a brevidade da informação, apenas uma estratégia de *expansão* e algumas de *variação* foram identificadas. Em relação à *redução*, como o texto abordou o assunto de forma sintética, essa estratégia foi, de maneira geral, realizada pelo produtor na elaboração do mesmo.

Antes de demonstrá-las, cabe ressaltar que a *expansão* é um procedimento discursivo bastante utilizado na *recontextualização* do discurso científico, através do qual o autor utiliza os conceitos necessários para promover uma maior participação do leitor no evento noticiado. Segundo Martinez (1997) *apud* Cataldi (2007, p. 161),

[o] autor substitui um termo por outro semanticamente equivalente, explicita alguns conhecimentos compartilhados pelos participantes e introduz informação nova que de maneira implícita já havia sido anunciada no discurso, mantendo, assim, a continuidade e a progressão discursiva.

Como exemplo de estratégias divulgativas, foram observadas a utilização da *variação denominativa* no *Folha* e da *exemplificação* tanto no *Folha* quanto no *Minha Vida*, que se caracterizam como importantes procedimentos discursivos de variação e *expansão*, respectivamente. Considerando o aporte teórico da Análise do Discurso da Divulgação Científica (CALSAMIGLIA et al., 2001; CALSAMIGLIA, 2003; CASSANY et al., 2000; CASSANY e MARTÍ, 1998; CATALDI, 2003, 2007), sabe-se que as estratégias divulgativas utilizadas pelos jornalistas para recontextualizar o conhecimento científico, com o objetivo de garantir a compreensão do público em geral, são de vital importância, já que a utilização dos procedimentos mais apropriados e adequados determinará o ciclo comunicativo que permitirá o diálogo entre ciência, tecnologia e sociedade.

Observando o *corpus* de análise deste estudo, acredita-se que a utilização das estratégias divulgativas mencionadas contribuiu para facilitar a compreensão sobre o assunto por parte de leitores não especialistas, além de ter também uma finalidade discursiva de caráter divulgativo, por transmitir ao público em geral informações relevantes sobre a pílula de emagrecimento.

Em relação à estratégia divulgativa *exemplificação*, houve uma ocorrência nas duas notícias, ambas referentes ao mesmo assunto: “estudos recentes indicam que os pacientes adeptos da droga tiveram, aproximadamente, o dobro de risco de desenvolver problemas psiquiátricos, **como ansiedade e depressão**” (*Minha Vida*) e “pesquisas demonstram que ele pode aumentar o risco de transtornos psiquiátricos graves, **como depressão e ansiedade**” (*Folha*). Essa é uma importante estratégia pelo fato de oferecer ao leitor mais possibilidades de analogias, através das quais ele pode fazer associações entre algo já conhecido e algo novo, caracterizando, pois, a função cognitiva desse processo.

Já a *variação* é um dos procedimentos mais característicos da reformulação discursiva já que, em muitos casos, o léxico selecionado pode evidenciar interesses que podem estar envolvidos nessas descobertas e discussões. Para Ciapuscio (1997), a *variação* assinala mudanças significativas que podem ocorrer da fonte à divulgação científica. Essas mudanças que ocorrem na apresentação da informação podem estar tanto no léxico (transformação do vocabulário científico em vocabulário corrente) quanto na modalidade enunciativa e em outros aspectos lingüísticos. Sendo assim, constitui, de fato, uma importante estratégia divulgativa.

Como exemplo de *variação*, algumas *denominações* foram identificadas, como pode ser observado no quadro abaixo:

Quadro 1: *Denominações* identificadas no *corpus* de análise

<i>Folha</i>	<i>Minha Vida</i>
Pílula anti-barriga	Pílula anti-barriga
Remédio antiobesidade	Pílula que derrete a barriga
Medicamento	Rimonabanto
Acomplia	Acomplia
Droga	Droga

As *variações denominativas* utilizadas nas notícias selecionadas para se referirem ao medicamento foram, em geral, bastante genéricas e, em três delas (pílula anti-barriga, pílula que derrete a barriga e pílula antiobesidade), a função do medicamento foi evidenciada, fato que facilita a compreensão do leitor, que, simplesmente por meio da nomenclatura, já consegue conhecer a finalidade do produto. Na segunda

*variação denominativa*, “pílula que derrete a barriga”, é interessante observar que a carga semântica do verbo “derreter” é bastante característica do processo de emagrecimento, aliás, do emagrecimento fácil, aquele em que a pessoa perde peso sem precisar se esforçar para tal. Observamos que o verbo “derreter” foi utilizado de forma metafórica; assim, a finalidade do medicamento torna-se mais familiar ao leitor se comparado a uma expressão mais técnica. Pode-se dizer que essa *variação*, bem como as outras duas citadas (“pílula anti-barriga” e “pílula antiobesidade”) agem positivamente sobre a concepção que os leitores/consumidores podem ter em relação ao medicamento, já que destacam aspectos que caracterizam o produto.

Conforme destaca Ciaspuscio (1997), a transformação de termos científicos, em se tratando da linguagem corrente, é um procedimento característico da reformulação discursiva. Em nosso *corpus* de análise, constatamos que as variações denominativas utilizadas (medicamento, Acomplia, droga e Rimonabanto) para caracterizar o medicamento em questão, com exceção de “pílula que derrete a barriga”, “pílula anti-barriga” e “pílula antiobesidade”, são bastante técnicas e gerais, não revelando, pois, nenhum posicionamento sobre a questão.

Além de analisar as estratégias divulgativas, também foi feita uma análise em relação às estratégias léxico-semânticas utilizadas, tanto no nível micro quanto macrotextual, que caracterizam o processo de *recontextualização* das informações em foco, conforme será explanado na sequência.

Em relação à construção linguístico-discursiva dos títulos das notícias (*Pílula anti-barriga é retirada do mercado e Venda de "pílula antibarriga" é suspensa por risco de suicídio e depressão*), constatamos que esses são bastante informativos e já evidenciam o foco da questão: a suspensão da venda da pílula anti-barriga.

Considerando, como defende van Dijk (2004), que a manchete (título) tem um papel crucial na *estrutura de relevância* da notícia, acreditamos que essas foram produzidas com êxito, já que ambas expressam o "tópico mais importante" da temática em questão, atraindo a atenção do leitor. A partir da análise dos títulos das notícias, observamos que a manchete tem a finalidade discursiva tanto de apresentar ao leitor, de forma geral, o assunto a ser noticiado sobre a pílula anti-barriga, como de evidenciar a linha editorial do jornal a partir de marcas de parcialidade em relação ao tema em questão.

Assim, na manchete do *Minha Vida: Pílula anti-barriga é retirada do mercado*, nota-se uma construção sintática bastante direta e curta. Semanticamente, a manchete não evidenciou ao leitor que essa suspensão é apenas em caráter provisório, o que condiz com a linha editorial do *site*, que, sendo mais específico para tratar de questões de saúde e beleza, acaba transmitindo uma visão mais sintética do fato de a pílula ter sido proibida. Em relação ao texto da notícia, observa-se um tom sensacionalista e alarmante através de construções, como: “o rimonabanto **acaba de ser banido**” e “os **riscos** oferecidos pelo medicamento **assustam**”. No primeiro grifo, “acaba de ser banido”, percebemos a rapidez com que a informação é expressa pelo portal, constituindo-se em alerta necessário e urgente. No segundo enunciado, a evidência sensacionalista é designada por uma tomada de posição por parte do editor ao fazer escolhas lexicais como “riscos” e “assustam”, que fazem parte de um campo semântico composto de elementos que evidenciam possíveis danos.

No *Minha Vida*, observamos que a causa da suspensão foi evidenciada apenas na manchete secundária. De acordo com van Dijk (2004, p. 134), com frequência, pode-se encontrar nas notícias uma manchete secundária, acima ou abaixo da manchete principal, que costuma expressar importantes causas

e/ou conseqüências do fato noticiado. Refletindo sobre essa questão, observamos que a manchete secundária: “Medicamento dobrava os riscos de distúrbios psicológicos” satisfaz as necessidades de informação do leitor, explicando, pois, o motivo da suspensão.

Já no *site Folha*, a manchete foi mais extensa e, por isso mesmo, mais completa, explicitando a causa da proibição do medicamento e evidenciando a provisoriedade do fato: “*Venda de ‘pílula antibarriga’ é suspensa por risco de suicídio e depressão*”. Todavia, pode-se dizer que essa manchete é mais impactante para o leitor pelo fato de já explicitar a causa da proibição.

Em relação ao texto publicado na *Folha*, observamos que se trata de uma notícia mais extensa, constituída por três partes: a primeira apresentando o problema, isto é, a suspensão do medicamento; a segunda, intitulada “Outro lado”, elencando argumentos que podem amenizar, na percepção do leitor, os possíveis riscos em relação ao medicamento, citados na primeira parte da notícia, podendo até mesmo contribuir para a continuidade de seu consumo; e a última, apresentando um “histórico” sobre o produto, provando sua credibilidade apesar dos problemas atuais.

Como foi possível perceber, a recontextualização da informação, em relação à proibição da pílula anti-barriga, foi feita com mais riqueza de detalhes no *site da Folha*, fato que condiz com a linha editorial do jornal, voltado para um público amplo e diversificado, haja vista ser o jornal de circulação nacional mais vendido do país. Na própria estruturação do texto, são colocadas seções complementares, intituladas “Outro lado” e “Histórico”, não priorizando apenas um único enfoque em relação ao fato. No item “Outro lado”, através da estratégia de *expansão*, posicionamentos favoráveis são apresentados por meio de argumentos de autoridade. Além disso, a partir da

mesma estratégia, o item “Histórico” é apresentado para contextualizar a existência do Acomplia e sua comercialização, mesmo sem a sua aprovação oficial no Brasil, ressaltando que, antes mesmo da sua suspensão, médicos brasileiros defendiam seus benefícios, não obstante os riscos demonstrados por pesquisadores internacionais.

Já no *Minha Vida*, a brevidade das informações apresentadas pode não satisfazer cognitivamente os seus leitores, uma vez que, não estando satisfeito com a divulgação encontrada, o leitor recorrerá a outras fontes para se informar melhor sobre o assunto. Além disso, o tom sensacionalista utilizado pode amedrontar os consumidores do medicamento. Pelo fato de se tratar apenas de uma medida de precaução, uma vez que os estudos que provam seus efeitos colaterais ainda não foram conclusivos, talvez o tom alarmante pudesse comprometer a confiança dos leitores em relação à seriedade das informações emitidas por esse veículo.

## 6 Considerações Finais

Ao analisar as notícias publicadas nos jornais *on line Folha e Minha Vida*, destacamos que essas constituem uma forma de discurso público, portanto, inevitavelmente, percebe-se a presença intrínseca dos fatores relacionados ao contexto de produção. Nessa perspectiva, a Análise do Discurso da Divulgação Científica fornece ferramentas teórico-metodológicas importantes para descrever e analisar a divulgação científica sobre o remédio antiobesidade Acomplia®, uma vez que aporta satisfatórias categorias de análise linguístico-discursivas, revelando estratégias utilizadas no nível microtextual, como a seleção do léxico e o tipo de estrutura sintático-semânticas, até os aspectos macrotextuais,

como por exemplo, a estrutura de relevância dos títulos das notícias.

Apesar das estratégias divulgativas utilizadas, os próprios jornais em questão, sobretudo o *Minha Vida*, estão revestidos da aura do cientificismo. Graças a essa moldura, mesmo tencionando divulgar informação – apresentando estratégias pertinentes de reformulação –, a constatação foi a de que os dois jornais não deixaram de lado os jargões científicos. Conforme alerta Gomes (2007, p. 168), embora a utilização de termos técnicos possa não gerar problemas de compreensão para um público leigo, “é grande a possibilidade de o texto ou parte dele se tornar incompreensivo se esses termos forem usados sem qualquer tipo de procedimento explicativo”.

Dessa forma, o *corpus* de análise desse estudo apresenta a utilização de algumas estratégias divulgativas, tais como a *variação* e a *expansão*, que contribuem para uma melhor inteligibilidade das informações por parte dos interlocutores não especialistas, configurando, assim, um procedimento discursivo de caráter divulgativo. Quanto ao propósito comunicativo de cada uma dessas publicações, observamos que enquanto a *Folha* se preocupa em informar o seu público-leitor com detalhes importantes sobre a proibição do medicamento em questão, o *Minha Vida* o faz de maneira rápida, evitando um maior comprometimento com a polêmica. Ao disponibilizar apenas as formas de contato com o laboratório que produz o remédio, o *Minha Vida* se afasta de maiores responsabilidades com a questão, deixando que o laboratório se explique com seus pacientes/clientes.

### Referências Bibliográficas

CALSAMIGLIA, H. (Ed.). Popularization discourse. *Discourse Studies*. v. 5, n. 2, p. 139-146, 2003.

\_\_\_\_\_. (Coord.), BONILLA, S., CASSANY, D., LÓPEZ, C., MARTÍ, J. Análisis discursivo de la divulgación científica. In: **Lengua, Discurso, Texto** (I Simposio Internacional de Análisis del Discurso), Madrid, v.II, p. 2639-2646, 2001.

\_\_\_\_\_. Divulgar: itinerarios discursivos del saber. In: **Quark**, Barcelona: Observatorio de la Comunicación Científica, Universitat Pompeu Fabra, n. 7, p. 9-18, 1997.

\_\_\_\_\_. CASSANY, D. Voces y conceptos en la divulgación científica. In: **Revista Argentina de Lingüística**, Argentina, v.11-15, p. 173-208, 1999.

CASSANY, D.; MARTÍ, J. Estratégias divulgativas del concepto prión. In: **Quark**, Barcelona: Observatório de la Comunicación Científica, Universitat Pompeu Fabra, n. 12, p. 56-66, 1998.

CATALDI, C. A divulgação da ciência na mídia impressa: um enfoque discursivo. In: GOMES, M. C. A.; MELO, M. S. S.; CATALDI, C. **Gênero discursivo, mídia e identidade**. Viçosa, MG: Ed. UFV, 2007. p. 155-164.

\_\_\_\_\_. **Los transgênicos en la prensa española**: una propuesta de análisis discursivo. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2003. 409 p. (Tese).

CHICA, C. La divulgación como etapa del proceso científico. In: **Quark**, Barcelona: Observatório de la Comunicación Científica, Universitat Pompeu Fabra, n. 7, p. 41-50, 1997.

CIAPUSCIO, G. Lingüística y divulgación de ciencia. In: **Quark**, Barcelona: Observatório de la Comunicación Científica, Universitat Pompeu Fabra, n. 7, p. 19-28, 1997.

GOMES, I. O texto e o discurso na Revista Ciência Hoje. In: GOMES, Maria Carmen Aires; MELO, Mônica Santos de Souza; CATALDI, Cristiane. **Gênero discursivo, mídia e identidade**. Viçosa – MG: Ed. UFV, 2007. p. 165-191.

MARTÍNEZ, M. C. **Análisis del discurso**. Cohesión, coherencia y estructura semántica de los textos expositivos. Colombia: Universidad del Vale, 1997.

MELO, M. S. S. Pressupostos de uma teoria psicossocial do discurso: a semiolinguística. In: GOMES, M. C. A.; MELO, M. S. S.; CATALDI, C. **Gênero discursivo, mídia e identidade**. Viçosa, MG: Ed. UFV, 2007. p. 105-113.

VAN DIJK, T. Estruturas da Notícia na Imprensa. In: VAN DIJK, Teun A. (org. e apresentação de Ingedore Villaça Koch) – 6. ed. **Cognição, discurso e interação**. São Paulo – SP: Contexto, 2004. p. 122-156.

VAN DIJK, T. El discurso como interacción en la sociedad. In: VAN DIJK, T. A. (Comp.). **El discurso como interacción social**. Barcelona: Gedisa, 2000. p. 19-66.

\_\_\_\_\_. **La noticia como discurso.** Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona: Paidós, 1990.

VIEIRA, C. L. **Manual de divulgação científica.** Rio de Janeiro: Ciência Hoje/ FAPERJ, 1999.

## **Anexos**

Texto 1:

*Minha Vida*

### **Pílula anti-barriga é retirada do mercado**

*Medicamento dobrava os riscos de distúrbios psicológicos*

Publicado em 27/10/2008

Conhecida como a pílula que derrete a barriga, o rimonabanto acaba de ser banido da lista de alternativas de quem quer perder peso com ajuda médica. O medicamento, batizado de Acomplia pelo laboratório Sanofi- Aventis, acaba de ser retirado das prateleiras das farmácias do Brasil e do exterior.

Trata-se de uma suspensão temporária nas vendas, realizada depois que a agência reguladora do setor na Europa (European Medicines Agency ) recomendou o procedimento em todos os países da União Européia. Os riscos oferecidos pelo medicamento assustam: estudos recentes indicam que os pacientes adeptos da droga tiveram, aproximadamente, o dobro de risco de desenvolver problemas psiquiátricos, como ansiedade e depressão. A comparação é feita com pessoas que não utilizaram o produto.

Os pacientes tratados com o Acomplia precisam consultar seus médicos para rever o tratamento enquanto os profissionais devem evitar o rimonabanto em suas prescrições médicas.

O laboratório disponibiliza um telefone para orientações aos pacientes.

Serviço

**SAC:** 0800 703 00 14

**Mais informações:** Valeria Camargo

Gerência de Comunicações – INBRAVISA

Telefone: (11)3672.1300 - [gecom@inbravisa.com.br](mailto:gecom@inbravisa.com.br)

Disponível em: <<http://beleza.minhavidacom.br/conteudo/3688-Pilula-antibarriga-e-retirada-do-mercado.htm>>. Acesso em: 22 set. 2009

Texto 2:

*Folha on line – Seção: Ciência e Saúde*

### **Venda de "pílula antibarriga" é suspensa por risco de suicídio e depressão**

24/10/2009

**CLÁUDIA COLLUCCI**

**FLÁVIA MANTOVANI**

**AMARÍLIS LAGE**

da **Folha de S. Paulo**

A venda do remédio antiobesidade Acomplia (rimonabanto) foi suspensa temporariamente nesta quinta-feira (23) em todo o mundo, inclusive no Brasil, onde o medicamento é comercializado desde abril deste ano. A recomendação sobre a

suspensão partiu da Agência Europeia de Medicamentos (Emea).

O medicamento é indicado a pessoas obesas e com sobrepeso, mas pesquisas demonstraram que ele pode aumentar o risco de transtornos psiquiátricos graves, como depressão e ansiedade --informações que constam na bula do remédio.

Ontem, o comitê de produtos médicos de uso humano da Emea concluiu, baseado em pesquisas clínicas, que pacientes que usam o Acomplia têm o dobro de chances de desenvolver transtornos psiquiátricos --depressão, ansiedade e problemas de sono-- comparados àqueles que tomaram placebo.

Segundo a agência europeia, os resultados do medicamento não compensam seus riscos. A recomendação é que os médicos não devem mais receitar a droga a seus pacientes e precisam rever o tratamento daqueles que a estão tomando.

"Pacientes que estejam tomando Acomplia devem consultar seus médicos para discutir o tratamento. Não é preciso parar de tomar o remédio imediatamente, mas aqueles que queiram parar podem fazer isso a qualquer momento", diz trecho da nota da Emea.

A Anvisa recebeu o pedido do laboratório ontem e hoje deve soltar uma nota sobre o assunto. O órgão orienta os médicos a pararem de receitar imediatamente o remédio e os pacientes que usam o medicamento a procurarem seu médico para receber uma nova orientação.

Segundo Antônio Roberto Chacra, chefe da disciplina de endocrinologia da Unifesp (Universidade Federal de São Paulo), o Acomplia sempre teve efeitos colaterais discutíveis. "Apóio a decisão da suspensão. Medicações devem sempre ajudar. Se houver qualquer risco, tem que suspender mesmo."

Ele diz que receitava pouco o remédio e que seus pacientes não tiveram efeitos colaterais graves, mas alguns ficaram emocionalmente instáveis. "O laboratório sempre avisou que o medicamento não deveria ser usado com fins estéticos, apenas em pacientes com fatores de risco, com uma obesidade muito grande. Mas, com esses estudos, é melhor suspender."

Ele diz que as melhores alternativas ao medicamento são dieta e exercício, que não trazem esse tipo de efeito colateral. "Mas, às vezes, é difícil, o paciente quer o remédio."

### **Outro lado**

Segundo Jaderson Lima, diretor médico da Sanofi Aventis, a empresa ainda aposta na relação risco/benefício do remédio e está desenvolvendo estudos para obter a aprovação do seu uso para diabéticos e pacientes com risco cardiovascular. Ele afirma que nenhum comitê de segurança independente --que avalia, entre outras coisas, a segurança da droga-- vetou a continuidade dos estudos.

O Acomplia é comercializado em 18 países da Europa, além da América Latina, entre outros, com 700 mil usuários no mundo --30 mil no Brasil. "A empresa decidiu se antecipar e suspender em todo o mundo. Não é recall. O produto não tem defeito", afirma Lima.

Segundo ele, os dados recentes indicam que a relação risco/benefício não se justifica ao grupo de paciente para o qual ele foi aprovado. "As contra-indicações e as orientações da bula não foram suficientes para minimizar os riscos."

### **Histórico**

Comercializado na Europa desde 2006, o Acomplia chegou a ser considerado uma das maiores promessas da

indústria farmacêutica no combate à obesidade. Em junho de 2007, ele foi vetado pela FDA (agência norte-americana que regula alimentos e fármacos), que pediu mais estudos sobre os seus efeitos colaterais, especialmente os distúrbios psiquiátricos e risco de suicídios.

O comitê da FDA revisou os resultados de um amplo programa de 59 estudos clínicos que envolveram mais de 15 mil pacientes. Dados adicionais sobre a segurança do rimonabanto foram obtidos a partir de estudos ainda em andamento e de mais de 110 mil pessoas que já tomaram o rimonabanto na Europa e em outros países. O veto se apoiou no mesma razão que levou a Emea a recomendar agora a suspensão.

No Brasil, a droga foi aprovada pela Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) no ano passado, mas só começou a ser vendido neste ano por conta de um impasse sobre o preço.

Mesmo diante das pesquisas internacionais que demonstravam o risco do remédio, médicos brasileiros defendiam o Acomplia e diziam acreditar que ele trazia mais benefícios do que riscos.

Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ciencia/ult306u459690.shtml>>. Acesso em: 22 set. 2009

---

**Data de recebimento: 03/11/2009**

**Data de aprovação: 10/03/2010**