

Jornalismo científico na cultura digital: uma análise da influência do meio Revista Galileu¹

SILVA, Viviane Sales da²
COSTA, Deyvisson Pereira da³

Universidade Federal de Mato Grosso – Campus Universitário do Araguaia,
Barra do Garças, MT.

RESUMO

O desenvolvimento da tecnologia afeta diretamente as plataformas de comunicação. Estas, por sua vez, influenciam a forma como o conteúdo jornalístico é produzido e veiculado. Neste sentido, este presente trabalho teve como objetivo identificar em que medida o meio tecnológico interfere na produção do jornalismo científico, especialmente, no processo de interação entre o receptor e os meios. Para tanto, empreende-se uma análise de uma versão digital e da página no Facebook da Revista Galileu, levando em consideração as premissas do jornalismo científico (SILVA, 2016), e as percepções de Lucia Santaella (2003) e Marshall McLuhan (1995) sobre o efeito do meio na produção do conteúdo. O material analisado permitiu a validação da importância de cada um dos meios na forma como o jornalismo científico é feito.

Palavras-chave: Meio; Mensagem; Divulgação; Jornalismo Científico; Galileu.

ABSTRACT

The development of technology affects directly the communication platforms. These ones, on the other hand, influence the way journalistic products are made and published. In this sense, the present paper had as objective to identify to what extent the technological means of communication interferes on the production of the scientific journalism, especially on the interaction process between receiver and means. Therefore, it is undertaken an analysis of the digital version and Facebook page of Revista Galileu, taking in consideration the statements of scientific journalism (SILVA, 2016) and the perceptions of Lucia Santaella (2003) and Marshall McLuhan (1995) about the effect of the mean on the process of making journalistic products. The analyzed material allowed the validation of the importance of each one of the means on how scientific journalism is made.

Key-words: mean; message; propagation; scientific journalism; Galileu

111

¹ Uma versão preliminar deste artigo foi apresentada no XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado em Cuiabá-MT em junho de 2017. Posteriormente adequações foram feitas para focar no papel do jornalista no processo de divulgação da ciência.

² Acadêmica do 5º Semestre de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, na Universidade Federal de Mato Grosso – Campus Universitário do Araguaia (UFMT-CUA), email: viviasaless@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, na Universidade Federal de Mato Grosso – Campus Universitário do Araguaia (UFMT-CUA), email: deyvissoscosta@yahoo.com.br

1. Introdução

Vivemos em uma sociedade marcada pelo desenvolvimento acelerado de novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). Todos os dias, elas invadem nosso cotidiano e alteram, drasticamente ou mesmo de maneira sutil, a forma como os indivíduos se percebem e se relacionam nas sociedades contemporâneas.

Para Santaella (2003), apesar da importância dessas tecnologias, não se deve desconsiderar os conteúdos que transitam por esses meios. Segundo a autora, é o conteúdo que tem mais poder quando se trata de provocar mudanças na sociedade. Para ela, estaríamos numa “sociedade do acesso”, quando a informação não é mais uma posse, mas um produto que é feito para ser compartilhado. Além disso, ao mesmo tempo em que são fragmentadas e segmentadas, essas novas mídias permitem mais interação entre os usuários.

Sem dúvida, o jornalismo também vem sofrendo mudanças em consequência da emergência e convergência das novas tecnologias. Mesmo as empresas tradicionais da informação buscam oferecer novos formatos de divulgação em diversas plataformas midiáticas, por exemplo no Facebook. A rede social, que já ultrapassou 1 bilhão de usuários desde quando surgiu em 2004, atualmente, é uma das redes mais complexas oferecendo desde a possibilidade de anexar vídeos, documentos e publicações, até fazer links ao vivo e criar grupos de discussão. Nesse sentido, torna-se uma plataforma útil para identificar novas possibilidades de realização do jornalismo, especialmente aquele chamado de científico, já que, entre as redes sociais disponíveis, é a plataforma que mais possui usuários.

A revista Galileu é uma das diversas publicações que utiliza o Facebook como uma forma de veicular conteúdo. Fundada em 1991 sob o nome de Globo Ciência, ela é uma das poucas no ramo da divulgação da ciência no País destinada ao grande público e também uma das mais renomadas. Além da versão digital, a revista conta ainda com uma versão impressa, um site na internetⁱ, uma página no Facebook, uma conta no Twitterⁱⁱ e outra no Youtubeⁱⁱⁱ. Apesar da base de conteúdos ser a mesma, é possível notar adaptações para cada uma das plataformas.

Neste sentido, este trabalho objetiva empreender uma comparação entre a versão digital e a página no Facebook da Revista Galileu, indagando como o formato dos meios interfere nas mensagens. De saída, reconhecemos o propósito de ambas as

publicações em transmitir conteúdos da forma mais clara possível para um público mais amplo possível que esteja interessado em jornalismo de ciência. Para tal comparação, recorreremos à edição digital 307 da Revista Galileu e à sua página oficial no Facebook^{iv}, que foi acompanhada entre os dias dez e dezesseis de abril de 2017. A partir deste material, visamos identificar como os formatos interferem nos conteúdos considerando as maneiras como os usuários interagem com essas plataformas, além de buscarmos demonstrar quais particularidades contribuem para que esses veículos realizem o jornalismo científico.

Para tanto, baseamo-nos nos pressupostos de McLuhan (1995) para quem o meio tem fundamental importância no processo comunicativo, provocando mudanças no lugar onde se insere e também em Santaella (2003) que trata da cultura digital defendendo a ideia de que as novas plataformas de comunicação individualizam e fragmentam informação. Já em relação ao jornalismo científico, valemo-nos de uma pesquisa bibliográfica anterior (SILVA, 2016) a respeito do tema.

Essa pesquisa se torna necessária ao valorizar ainda mais esse campo de atuação do jornalismo no sentido que possibilita que jornalistas estejam melhores capacitados para tratar da ciência. Apesar de possuir grande histórico de atuação, com destaque para o início dos anos XX, a atividade ainda não é destaque nos grandes veículos, ficando sujeito à restritas editoriais e matérias pontuais e de curiosidade. Identificar como o meio afeta a divulgação do conteúdo permitiria que novos modelos de divulgação sejam propostos para aproveitar melhor as plataformas disponíveis, além de dar mais visibilidade e consistência ao jornalismo científico.

2. O meio e as abordagem da tecnologia

A expressão “o meio é a mensagem” (MCLUHAN, 1996, p. 20) enunciada pelo autor canadense nos anos sessenta, foi amplamente retomada com o surgimento das novas tecnologias da informação e comunicação e a emergência da convergência midiática.

Para Braga (2012), o que McLuhan entende por meio “pode ser definido como tecnologia” (p. 48). Cada ferramenta seria uma extensão das capacidades do homem ajudando a promover mudanças no meio em que vive. De fato, o meio é a mensagem uma vez que o meio provoca mudança no *habitat* onde é introduzido. Focar no conteúdo, para McLuhan era como focar na “bola de carne que o assaltante leva consigo

para distrair o cão de guarda da mente. O efeito de um meio se torna mais forte e intenso justamente porque o seu conteúdo é um outro meio” (idem, p. 32).

Para McLuhan (1996), os meios podiam ser divididos entre meios quentes e meios frios, onde os meios quentes se diferenciam dos meios frios pela quantidade de informação fornecida. Os meios quentes, como a televisão e a fotografia possuem uma alta saturação de informação e os meios frios, como o telefone e o rádio, são meios que fornecem menos informações. Por este motivo, os primeiros prologam um único sentido, pois a saturação de informações não exige que o receptor preencha as lacunas que falta no processo comunicacional. Essa situação não é identificada quando se trata dos meios frios, pois nestes, é preciso que o receptor utilize vários dos seus sentidos para preencher as informações que faltam para preencher os sentidos.

McLuhan (1996), quando se referia ao surgimento de novas tecnologias comunicacionais no século XX vislumbrou uma aldeia global. Para ele, as novas tecnologias possibilitariam

uma rede que cobre o globo inteiro e que, na comparação com o sistema nervoso humano, adquire os caracteres de um complexo orgânico, no qual as informações se deslocam em uma modalidade bidimensional.” (SALARELLI, 2011, p. 6).

114

Por esta via, o indivíduo interage com as plataformas, tornando-se receptor e criador de conteúdo onde o sistema horizontal de educação é prevaletido.

A era digital apresenta um paradoxo quando se trata dessa divisão entre meios quentes e frios de McLuhan, pois ao mesmo tempo em que a sociedade tem cada vez mais informação disponível, essas informações chegam em um ponto em que ofuscam os sentidos do receptor e ele precisa buscar informações em lugares que preencham essas lacunas, já que o excesso se transforma em um vazio no momento em que essas informações passam a ser desconstruídas e fragmentadas.

Santaella (2003), apesar de considerar que os meios possuem importância na sociedade, ela argumenta que eles em nada seriam se não se considerassem os signos que fazem parte deles,

embora sejam responsáveis pelo crescimento e multiplicação dos códigos e linguagens, meios continuam sendo meios. Deixar de ver isso e, ainda por cima, considerar que as mediações sociais vêm das mídias em si é incorrer em uma ingenuidade e equívoco epistemológicos básicos, pois a mediação primeira não vem das

mídias, mas dos signos, linguagem e pensamento, que elas veiculam (SANTAELLA, 2003, p. 25).

A autora defende que nem os meios mais modernos tem capacidade de produzir uma transformação profunda no ambiente se não considerarmos os signos que eles carregam consigo, os quais, na visão de McLuhan, são outros meios. No entanto, Santaella (2003) reconhece a participação dessas tecnologias na individualização e a segmentação dos conteúdos conforme as plataformas em que são desenvolvidos. Segundo ela, estamos numa formação social chamada de “sociedade do acesso”, onde a informação não é mais uma posse, mas sim um produto que é feito para ser compartilhado. A informação já não é um produto que é recebido de maneira passiva, pois exige uma participação do receptor na busca por esses conteúdos.

Ao mesmo tempo que são fragmentadas e segmentadas, essas novas mídias permitem uma maior interação entre seus participantes. Para ela, “essas tecnologias, equipamentos e as linguagens criadas para circularem neles têm como principal característica propiciar a escolha e consumo individualizados, em oposição ao consumo massivo” (SANTAELLA, 2003, p. 27). Ou seja, elas propiciam a participação e um *feedback* a respeito do que está sendo produzido e veiculado.

A autora afirma ainda que vivemos atualmente em meio à cultura digital, quando existe um verdadeiro caldeirão das mídias atuando juntas e criando conteúdos híbridos. Para ela, a convergência das mídias acontece na

coexistência com a cultura de massas e a cultura das mídias, estas últimas em plena atividade, que têm sido responsável pelo nível de exacerbação que a produção e a circulação da informação atingiu nos nossos dias e que é uma das marcas registradas da cultura digital (idem, p. 28).

Nesse sentido, um mesmo tema pode ser abordado em diversos veículos com formatos variados de modo que todo o conteúdo em conjunto forme uma narrativa completa.

Já para Henry Jenkins (2009), o termo “cultura de convergência” refere-se à indústria cultural estar adaptando seus conteúdos para dispô-los nas diversas plataformas midiáticas existentes. Segundo ele, convergência é o

fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca

das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (p. 29)

Dito isso, nota-se que o meio é sim uma parte importante do processo de comunicação. Reconhecer que este interfere na mensagem, permite identificar suas características de atuação, e, por consequência, a possibilidade da realização de um jornalismo científico mais eficiente.

3. Jornalismo científico na atualidade das redes

O jornalismo científico é uma atividade tem como função principal difundir informação científica de forma clara, objetiva e compreensível para o público (SILVA, 2016). O uso de plataformas tecnológicas, e mais especificamente, das redes sociais, é uma forma das publicações aproximarem-se de seu público ao mesmo tempo em que legitima o conteúdo da ciência através de publicações que tornam as descobertas acessíveis ao conhecimento do público.

O jornalismo relacionado a ciência surgiu de forma mais efetiva no Brasil com a chegada da Corte Portuguesa no Brasil em 1808 e a consequente suspensão da proibição da impressão e a abertura dos portos. Com a criação da Imprensa Régia, textos relacionados à ciência começaram à serem publicados em jornais. Moreira e Massarani (2002) afirmam que na segunda metade do século XIX e na segunda década século XX houve um acréscimo de veículos científicos no Brasil. Entre os principais periódicos está a Revista do Rio de Janeiro, lançada em 1876, tinha 21% de divulgação científica, com assuntos que iam desde sonambulismo, história da Terra e classificação zoológica. Outra revista destaque foi lançada em 1881, chamada Ciência para o Povo, era uma publicação semanal que abordava assuntos como divórcio e impotência masculina, assuntos tabus para a época.

Já na década de 20, a primeira rádio brasileira, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro veiculava uma grade de programação com música, literatura e palestras científicas. Em 1925, Einstein fez um discurso sobre a importância da difusão da ciência na sociedade em alemão na rádio que foi traduzido para os seus ouvintes. Mesmo que alguns jornais tenham criados editorias específicas sobre jornalismo científico após os anos 80, o espaço ainda é limitado e faltam jornalistas especializados. Outro ponto a ser

levado em conta na realização do jornalismo científico na atualidade é a origem do material: “parte significativa dos artigos sobre ciência que são publicados é constituída de traduções de textos comprados ou disponibilizados de jornais ou revistas do exterior” (MOREIRA; MASSARANI, 2002, p. 63).

Atualmente, o jornalismo científico encontra no desenvolvimento tecnológico uma oportunidade de avanço. Podemos encontrar uma mesma publicação disponível em diferentes plataformas, como é o caso da Revista Galileu. Isso possibilita mais oportunidades de acesso por parte do público, já que nem todos têm possibilidade de comprar a revista impressa, por exemplo.

Reconhecemos (SILVA, 2016)^v, que o jornalista científico é, antes de tudo, um jornalista. Por este motivo, deve agir como tal, olhando para os fatos de forma objetiva e ética. Tal fato não é constatado na maioria dos veículos destinados à divulgação da ciência de forma jornalística. Há casos em que apenas uma fonte é ouvida, desrespeitando a máxima jornalística de ouvir no mínimo três fontes, além de uma “adoração” exacerbada à ciência como se ela fosse uma espécie de divindade que tudo sabe e não pode ser questionada. Essas ações inadequadas fazem com que o jornalismo científico caia no lugar comum onde se encontra o sensacionalismo. Nesse sentido, as novas tecnologias permitiriam que o indivíduo comum exerça esse papel de questionador, apontando inclusive, onde o jornalismo deveria ser mais eficiente.

A divulgação da ciência através do jornalismo científico é um fator de grande importância para o desenvolvimento da sociedade no sentido de que, permite que os cidadãos fiquem mais habilitados para decisões acerca do futuro da ciência. Para Barros (2002),

a falta de um conhecimento mais apurado das técnicas escolhidas em dado momento pode levar a uma opção inadequada. Ou, em outras palavras, o conhecimento científico de uma época não é suficiente para garantir que as soluções adotadas não venham a introduzir novos problemas (p. 26).

O jornalismo científico publicado nas diversas plataformas permite justamente que os indivíduos adquiram mais conhecimento, prevenindo assim, decisões errôneas sobre a ação da ciência na sociedade. Já que com o grande fluxo de dados na realidade atual, torna-se cada vez mais difícil uma análise aprofundada das ações da ciência.

4. Revista Galileu em diferentes meios digitais

A revista digital edição 307 da Galileu é composta por setenta e seis páginas incluindo capa, sumário, reportagens, notas, propagandas, etc. Apesar de se tratar de uma versão digital, logo na capa, podemos identificar a marcação por página, característica de toda mídia impressa. Nesse sentido, Santaella (2003) tem razão em defender que os meios de comunicação não necessariamente precedem uns aos outros, mas que, muitas vezes, eles coexistem exercendo o mesmo papel. Para a autora, “há sempre um processo cumulativo de complexificação: uma nova formação comunicativa e cultural vai se integrando na anterior, provocando nela reajustamentos e refuncionalizações” (p. 23). Por este motivo, em vez da pessoa procurar as matérias no índice e folhear até encontrar, é possível apenas digitar no painel em qual página quer acessar estar e ser direcionado ao mesmo instante ao conteúdo.



Figura 1: Capa Revista Galileu (307)

As fotos e ilustrações são um destaque à parte. Cheias de cor, quase todas as páginas possuem um efeito que dá uma sensação de relevo e movimento às figuras. O apelo recorrente das formas visuais é uma estratégia jornalística para exemplificar o que está sendo dito no texto. Os conteúdos científicos são difíceis de exemplificar por conta da complexidade, cabe aos jornalistas serem criativos. A estratégia utilizada pela revista é justamente metáforas através de imagens que remetem e ilustram o que está sendo dito, como é o caso da figura 2, de forma que a compreensão do leitor seja assegurada.

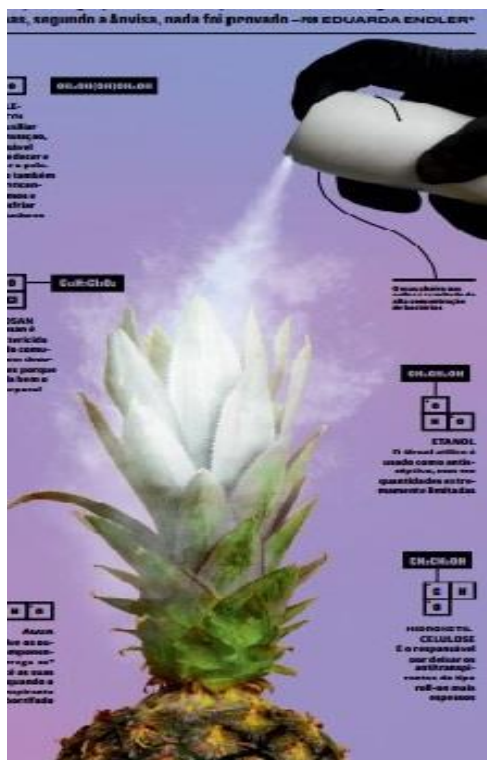


Figura 2: Exemplo de layout na revista.

O que chama a atenção quando se trata do conteúdo, é o uso de gírias que aparecem todo o tempo nas matérias, principalmente, em títulos e subtítulos. Como por exemplo, na página 9, onde o título de tabela que trata da venda legalizada de maconha nos Estados Unidos é chamado “Deu Onda”, uma referência a uma música de funk de grande sucesso no Brasil relacionada ao uso da maconha. Outro exemplo é encontrado na página 11 sob o título de “Sabe de nada, Einstein”, a matéria que relata pesquisas feitas por cientistas que desafiam as teorias criadas por cientistas como Einstein, tem um nome que remete à um ditado que fez muito sucesso no ano de 2014, que era o “sabe de nada inocente”.

Estes exemplos servem para demonstrar como é possível reconfigurar um outro meio no processo de realização da linguagem. São apenas um recorte de inúmeros outros casos que aparecem em toda a edição da revista e que exemplificando a ação da revista de utilizar um linguajar que chame a atenção e aproxime o conteúdo do leitor, uma possível solução para uma reclamação antiga dos leitores de que a linguagem científica é desinteressante, complicada e distante.

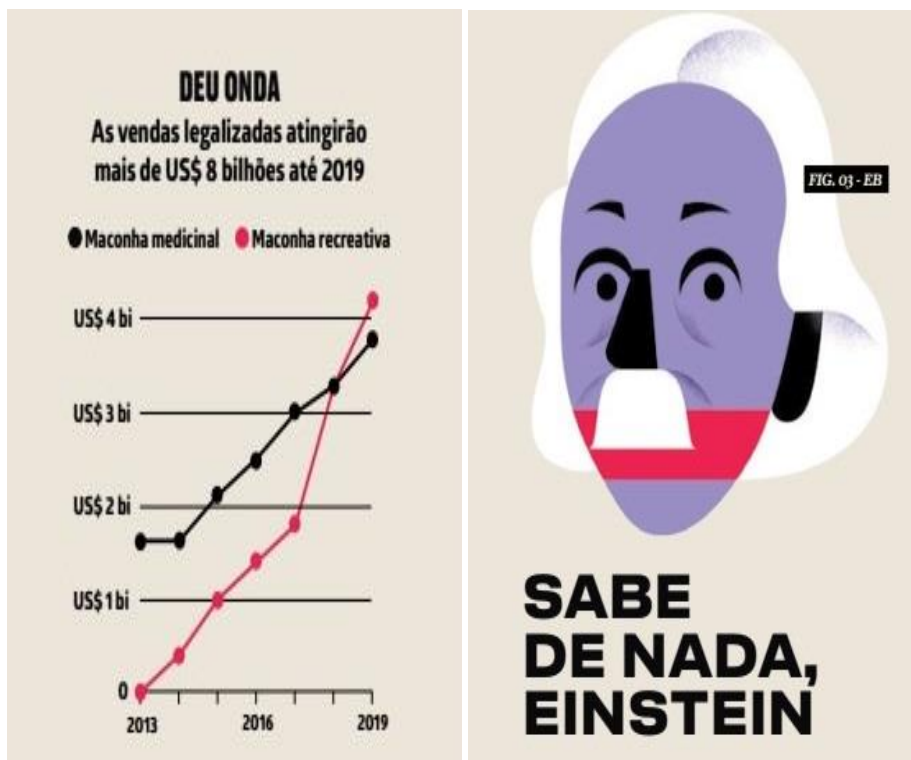


Figura 3 e 4: Exemplos de figuras de linguagem utilizadas nos textos da revista

Outra característica identificada na revista é a participação do leitor. Embora limitada, porque a edição da revista é mensal, na página 11 é possível identificar um box onde uma pergunta de uma leitora feita pelo Facebook relacionada ao assunto é respondida. O que antes era feito através de cartas, hoje, com muito mais rapidez e facilidade, é feito pelas redes sociais, um exemplo de convergência na participação e difusão dos conteúdos nos diversos meios. Esse ainda pode ser identificado como o efeito de um meio sobre outro meio. Por um lado, as redes sociais facilitam o envio de perguntas e, por outro, a seleção dessas perguntas se torna um processo bem mais complicado, uma vez que os critérios precisam ser mais ajustados para analisar o fluxo maior de conteúdo.



Figura 5: Participação do leitor

O Facebook é uma espécie de hospedeiro. Nele perpassam as mais variadas mídias, o que faz com que ele se torne uma espécie de hospedeiro de conteúdo. No entanto, nele também é possível encontrar ferramentas que permitem a publicação de conteúdos em diferentes formatos com características próprias da plataforma. A primeira diferença da versão digital se inicia aí: para ter acesso ao conteúdo da revista digital é necessária uma assinatura, recurso que é dispensável no Facebook. Nesta plataforma, para ter acesso ao conteúdo basta apenas que o usuário acesse a página e ao curtir a página, o conteúdo vai aparecer automaticamente na linha do tempo do usuário.

121

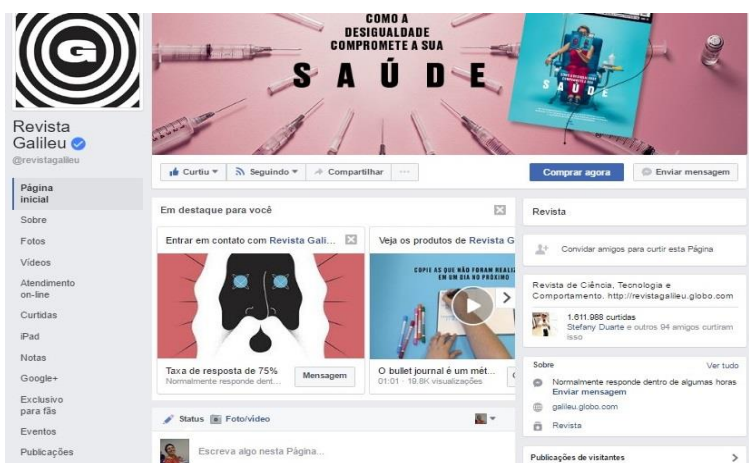


Figura 6: página da Revista Galileu no Facebook

Quando se acessa a página, do lado direito aparecem ferramentas como “mandar mensagem” onde a pessoa tem a opção de entrar em contato com a revista via chat e deixar sugestões. Existe também a opção de comprar a revista – digital ou impressa – onde o indivíduo é direcionado para um campo, no site da revista, para efetuar a compra.

No lado esquerdo, junto com diversas outras funções, existem duas que chamam atenção. A primeira, é os “vídeos”, nessa seção está disponível séries de vídeos sobre os mais diferentes assuntos – vão desde explicações científicas, até entrevistas – tudo relacionado à ciência. Em sua maioria, esses vídeos costumam durar de dois a quatro minutos. A segunda função que se destaca no lado esquerdo é a seção “exclusivo para fãs”, onde é possível descobrir a capa da próxima edição da revista.

No primeiro caso, a inovação é justamente o vídeo que pode ser considerado uma conversão do conteúdo da revista digital. Esse veículo agora não se limita a criação de material verbal, esse conteúdo transpassa as páginas e se torna audiovisual, dizendo tudo aquilo que a escrita impede de dizer. A ciência encontra dificuldade em exemplificar o que está sendo dito por conta da complexidade das teorias, o vídeo, permite a mobilidade de mostrar em tempo real tudo o que está sendo dito facilitando a compreensão do indivíduo.

Outro fator importante desses vídeos, é o seu tamanho. Por ser de duração curta, muitos deles são divididos em séries e distribuído seguindo uma linha do tempo, uma fragmentação do conteúdo que não é notada na revista, que tem por característica, informações mais aprofundadas e condensadas. Isso se deve à plataforma na qual o conteúdo é veiculado, já que vídeos longos cansam e não chamam a atenção do receptor. Já as revistas permitem que você possa ler e reler quantas vezes se interessar.

Já a seção “exclusivo para fãs” é um exemplo de interatividade, de busca de conteúdo. Nela é possível ver a capa da próxima edição da revista. Temos aqui um consumidor que interage com a revista, procura saber seus próximos conteúdos, até para fazer crítica ou sugestões.

A hipermídia é uma das características marcantes da página no Facebook. Ela está presente em todas as matérias, já que elas nunca são publicadas de forma integral na página. O que é anexado é apenas um resumo da matéria, é um link que redireciona o leitor para o site da revista, onde tem acesso ao conteúdo completo.

A produção de conteúdo é outra característica imanente ao Facebook. Nos comentários, é possível discutir o conteúdo anexado como se estivesse em uma grande comunidade, ou, como diz McLuhan (1996), aldeia global. Nesse espaço, todos podem expor sua opinião, e as ideias mais curtidas ganham o topo com maior visibilidade. Uma espécie de opinião é formada. A revista não fica fora desse processo de construção de conhecimento. Muitas vezes, ela comenta com sugestões de links e opiniões sobre o que está sendo postado.

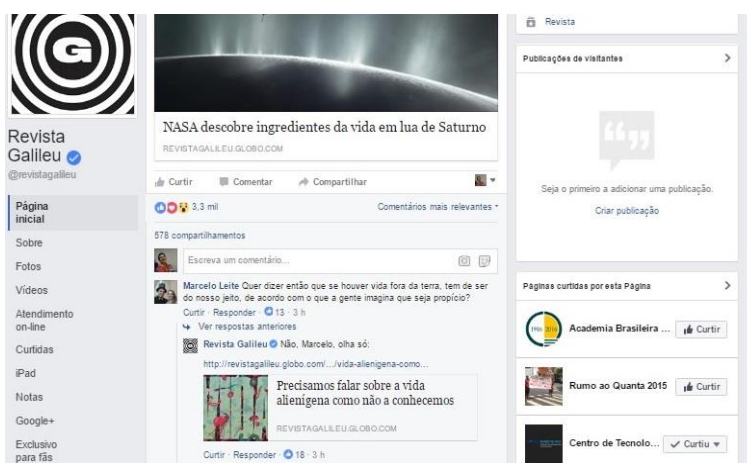


Figura 7: Exemplo de interação e produção de conteúdo entre a mídia e o receptor

Além de conteúdos científicos, os chamados memes também figuram entre os conteúdos da página. A utilização de imagens marcantes com frases, em sua maioria, de teor humorístico se tornou um fenômeno nos últimos anos na internet e tornou várias pessoas famosas. A utilização desses memes na página é mais uma forma de se comunicar além da forma verbal, ao mesmo tempo em que denota um acompanhamento da atualidade social, já que ciência é sinônimo de modernidade e atualidade.

5. Considerações Finais

A revista digital se diferencia em diversos aspectos da página do Facebook. Como não tem *feedback* instantâneo, como é o caso no Facebook através dos comentários, os produtores da revista precisam usar as formas tradicionais de seleção de conteúdo, já que uma edição mensal não pode ser atualizada todos os dias, como ocorre no Facebook. Por outro lado, os conteúdos da revista digital são mais extensos e atrativos visualmente para que o leitor mantenha a atenção até o final da leitura.

A evolução das plataformas midiáticas é um fator constante, mas existe espaço para os dois tipos de mídias, apesar de toda a evolução. É indiscutível que alguns assuntos precisam ser tratados em toda a sua complexidade para que o consumidor

tenha um panorama geral e objetivo do que está acontecendo, e isso pode ser feito na revista. Esta, pode deixar de ser um depósito de curiosidades e passar ser um transmissor de conhecimento, um compilado da fragmentação de conhecimento que acontece em mídias como Facebook, por exemplo.

O Facebook também exerce um papel importante no jornalismo científico, porque seu alcance permite que essa informação tenha maior divulgação. Essa mídia, no entanto, ainda é pouco utilizada como meio jornalístico. Uma ferramenta pouco utilizada é a chamada “ao vivo”, onde é possível fazer transmissões em tempo real de qualquer localidade que tenha internet. Esta é uma adaptação da televisão do “ao vivo” da televisão para a internet, e nem por isso deve deixar de ser utilizada. É possível desenvolver textos que se adequem à plataforma, e por hora, esse talvez seja o maior desafio. Já que ele ainda é visto na maioria das vezes, como ancora de outras mídias. Apesar dessas ressalvas, ações como as séries de vídeos é um passo em direção à criação de conteúdo próprio com características singulares da mídia.

De fato, o meio tem forte influência sobre o conteúdo conforme dito por McLuhan (1996), de modo que altera-se completamente a forma como ele é veiculado. Sua influência pode envolver a forma como os indivíduos veem a ciência e seus efeitos, além de contribuir para uma construção horizontal de conhecimento. No entanto, conforme afirma Santaella (2003), não apenas a forma deve ser levada em conta, já que o que está naquele meio também influencia de forma direta na sociedade. Cabe ao jornalista científico, reconhecer a influência desses meios no seu trabalho, e desenvolver formas de divulgação que melhor aproveite todo o potencial dessas mídias ao mesmo tempo em que contribui com a função social do trabalho jornalístico.

Referências

BARROS, H. L. “A cidade e a ciência”. In.: **CIÊNCIA E PÚBLICO: caminhos da divulgação científica no Brasil**. MASSARANI, L.; MOREIRA, I. C.; e BRITO, F. (Orgs). Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Forum de Ciência e Cultura, 2002. (pag. 25 a 41) Disponível em:<
<http://www.museudavida.fiocruz.br/brasiliansa/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inford=288&sid=28> > Acesso em: 07 de agosto de 2015.

BRAGA, A. McLuhan entre conceitos e aforismos. In.: **Revista Alceu**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 24, p. 48 a 55, janeiro a junho de 2012. Disponível em:

<<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl=home#>>. Acesso em: 15 fevereiro de 2017.

BRUNO, F. **MÁQUINAS DE VER, MODOS DE SER: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação.** In.: **Revista FAMECOS.** Porto Alegre, julho 2004, n. 24.

FARO, J. S. Marshall McLuhan 40 anos depois: a mídia como a lógica de dois tempos. In.: **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, São Leopoldo – RS, v. 6, n. 2, p. 57 a 66, julho a dezembro de 2004. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras>>. Acesso em: 17 fevereiro de 2017.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensão do homem.** Trad. PIGNATARI, Délcio. São Paulo: Editora Cultrix, 1996.

MCLUHAN, M. Visão, som e fúria. **Teoria da Cultura de Massa.** 7º Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

MOREIRA, I. C.; MASSARANI, L. Aspectos históricos da divulgação científica no Brasil. In.: **CIÊNCIA E PÚBLICO: caminhos da divulgação científica no Brasil.** MASSARANI, L.; MOREIRA, I. C.; BRITO, F. (Orgs). Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.

SALARELLI, A. **Relendo o último capítulo de *Understanding media*. Um tributo a Marshall McLuhan no centenário do seu nascimento.** In.: **INCID: revista de ciência da informação e documentação**, Ribeirão Preto - SP, v. 2, n. 2, p. 3 a 18, julho a dezembro de 2011. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br/incid/>>. Acesso em: 17 fevereiro de 2017.

SANTAELLA, L. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós humano. In.: **Revista FAMECOS**, Porto Alegre – RS, n. 22, dezembro 2003. Disponível em: < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/index>>. Acesso em: 17 fevereiro de 2017.

SILVA, V. S.; COSTA, D. P. **Riscos, biopoder e divulgação científica: tecnociência em ação.** In.: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 19 a 21 maio de 2016, Goiânia-GO. *Anais...* Goiânia, 2016.

ⁱ <http://revistagalileu.globo.com>

ⁱⁱ <https://twitter.com/revistagalileu>

ⁱⁱⁱ www.youtube.com/user/REVISTAGALILEU

^{iv} <https://www.facebook.com/revistagalileu/>

^v O trabalho anterior, RISCOS, BIOPODER E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: tecnociência em ação é um levantamento teórico a respeito dos conceitos de risco, biopoder, divulgação científica e tecnociência buscando identificar como a divulgação da ciência participa no processo de realização do biopoder e no reconhecimento dos riscos da tecnociência.