

As lições dos leitores

Mariluce Moura | DIRETORA DE REDAÇÃO

Vou me permitir dessa vez, em lugar de comentar como sempre (ou quase) os destaques da edição, falar um pouco do que nos dizem os leitores que buscam estabelecer conosco um diálogo mais direto, sempre bem-vindo. Mensagens de leitores aos editores de uma publicação periódica costumam dar pistas importantes sobre os assuntos que mais os mobilizam e oferecem razões para que se entenda o elo, por vezes o verdadeiro vínculo afetivo, que estabelecem com a revista ou o jornal em questão. São, portanto, um guia editorial precioso a ser levado em conta pelos profissionais que põem mãos à obra para dar corpo – de preferência, um corpo substancioso e atraente – ao produto de que estão encarregados. É assim também com *Pesquisa FAPESP*. Entretanto, temos que buscar a essa altura a diferença de natureza, se é que existe, entre o que dizem nossos leitores clássicos, tradicionais, e o que expressam os seguidores da revista nas redes sociais. Quem sabe se possa aí deparar com material fecundo que contribua para entendermos o leitor contemporâneo de veículos especializados de comunicação que, embora impressos, chegam ao público em diferentes suportes e plataformas.

Enviadas pela internet, às vezes pelo correio, as cartas dos que estou chamando leitores clássicos abordam sobretudo as grandes reportagens da revista. Discutem a pertinência de seu conteúdo, sua importância, chamam a atenção para a qualidade dos textos, detêm-se nas entrevistas pingue-pongue de largo fôlego, desdobram argumentos para embasar os elogios ou as críticas que tecem e tornam claras as preferências de seus autores por determinada área coberta pela revista e por este ou por aquele editor. Por vezes, são mensagens manuscritas como as que nos costumava enviar o professor Luiz Henrique Dias Tavares, autor do clássico

Independência do Brasil na Bahia (ver Pesquisa FAPESP, edição 119), lembrança que vem bem a propósito neste 2 de julho em que escrevo neste espaço, posto que se trata da maior data cívica baiana, alusiva ao encerramento das lutas pela Independência do Brasil e à vitória sobre os portugueses, em julho de 1823. Ou como as que nos remete, a mais recente escrita em 26 de junho último, o leitor Antonio Amaro, paulistano/português, imagino, dado que nos enviou uma de suas cartas entusiasmadas quando a revista publicou como tema de capa, em novembro de 2012, reportagem sobre as razões históricas da longevidade multissecular do império luso. Nestes casos, são cartas atravessadas por um tom tão gentilmente afetivo que nos soam comoventes e, sobretudo, revigorantes.

Mas, e as redes sociais, este vasto e novo campo de forças em ebulição? Suas mensagens afastam-se de uma linguagem efetivamente argumentativa e crítica, inadequada à dinâmica desse espaço, mas trazem um outro olhar sobre a revista em seus rápidos comentários de 140 caracteres do Twitter e não muito mais que isso do Facebook e outras redes?

Vejamos. De 21 a 27 de junho, o assunto que mais gerou cliques das redes para o site de *Pesquisa FAPESP*, quase 1 milhão deles (o que é pouco para veículos em geral, mas significativo para a revista), foi uma pequena nota originalmente publicada na revista impressa, de não mais que 1.500 caracteres, da seção Carreiras, a respeito do *blog Ciência Prática*, criado pelo físico Eduardo Yukihara para dar dicas sobre a carreira acadêmica. A larga distância, com cerca de um quarto dos cliques do primeiro colocado, estava uma nota elaborada para o site da revista sobre a boa posição da Unicamp num *ranking* de universidades com menos de 50 anos. Na semana anterior o texto campeão de

cliques havia sido uma reportagem de quatro páginas sobre as árvores da serra da Mantiqueira que captam água pelas folhas, seguida, com menos de 50% dos cliques da primeira, por outra pequena nota de Carreiras sobre um ex-cortador de cana que com muito esforço trilhou a carreira acadêmica, fez o doutorado na USP e é hoje professor da PUC de São Paulo. Nas duas semanas, no entanto, textos de maior fôlego se seguiam, incluindo uma reportagem sobre o ensino da química, a entrevista pingue-pongue com o epidemiologista Cesar Victora e a matéria de capa da revista sobre os novos Centros de Pesquisa, Inovação e Difusão (Cepids) bancados pela FAPESP.

Que conclusões tirar dessa repercussão, perguntei ao jornalista Caio Túlio Costa, membro do conselho editorial de *Pesquisa FAPESP*, estudioso respeitado da comunicação nas redes sociais, entre muitas outras credenciais profissionais. “O consumo de informação na rede, levado a efeito predominantemente por um público de 18 a 35 anos, é muito mais imagético e rápido do que na mídia tradicional”, ele disse. Títulos, subtítulos, imagens, infográficos respondem muito mais que textos extensos à sua rápida necessidade de informação, ainda que os leitores que chegam ao site de *Pesquisa FAPESP* pelo Twitter demorem em média cinco minutos navegando dentro dele – um espanto, porque esse tempo é uma eternidade neste universo! Mas, o mais surpreendente nesse campo hoje, Caio Túlio observa, é a dimensão do uso das redes sociais no Brasil que, desde o Orkut, de novo aponta para algo que os intérpretes clássicos do país ressaltavam: os brasileiros são radicalmente ligados uns aos outros, é de seu caráter a exposição ao diálogo.

É tempo de desejar aos leitores, com quem tanto aprendemos, boa leitura!