

Lidando com os Media

- *O que pretendem os media?*
- *Ser entrevistado*
- *Aparecer na rádio ou televisão*
- *Causas de insatisfação*

O mundo dos media, onde se inserem os jornalistas, é muito diferente do mundo da investigação científica - é até mesmo diferente do mundo da comunicação científica veiculada através de revistas e conferências. Embora os cientistas e as pessoas ligadas à biotecnologia possam colaborar efectivamente com os jornalistas, essa colaboração necessita de ser baseada na compreensão mútua. Atitudes irrealistas de qualquer um dos lados podem resultar em insatisfação, ou pior.

Este boletim informativo pretende esclarecer, em particular aos cientistas que trabalham em biotecnologia, o funcionamento dos media. Pretende-se mostrar a possibilidade de especialistas e jornalistas trabalharem em conjunto de forma construtiva e mutuamente benéfica. Deste modo, este boletim difere dos restantes que pretendem rever, de uma forma isenta, os temas relacionados com os vários domínios da biotecnologia e suas implicações.

O que pretendem os media?

Os jornais e as revistas, a rádio e as estações de televisão, recebem diariamente enormes quantidades de informação. Esta informação chega-lhes de diversas formas, incluindo as conferências de imprensa, os comunicados de empresas, departamentos governamentais, institutos de investigação e outros organismos, ou através da informação veiculada pelas agências nacionais e internacionais de notícias (por exemplo, a agência noticiosa *Reuters*). Os media vão buscar ideias a publicações especializadas, de que é exemplo a *Nature*. As pressões que se fazem sentir, quer em tempo, quer em espaço de antena, obrigam a que os jornalistas apenas possam usar uma pequeníssima porção da informação que recebem através dos vários canais mencionados. Como é que os jornalistas escolhem então os temas que

abordam? A comunicação social (ver texto a seguir) é receptiva à novidade. Progressos significativos em ciência e tecnologia - por exemplo, avanços importantes no tratamento de uma determinada doença - são exemplos dessa novidade que eles procuram. Da mesma forma que o fazem com progressos em aplicações concretas agora ou num futuro próximo, os media também informam sobre descobertas que são inerentemente interessantes. Por conseguinte, ao passo que a generalidade da investigação não será relatada, os progressos com implicações práticas para a medicina ou a agricultura, por exemplo, atrairão a atenção jornalística. O mesmo se verifica com descobertas que parecem contrariar a intuição ou que revelem um elemento de surpresa.

A comunicação social em geral trabalha listas de tópicos, ainda não discutidos, que a atrai num determinado instante. As histórias sobre a poluição ambiental, por exemplo, podem ser entusiasticamente procuradas este ano, mas podem também tornar-se menos populares no próximo. Desta forma, é importante saber quais os temas favorecidos para captar o interesse da comunicação social.

Existe uma competição feroz no seio dos media. Os jornais, por exemplo, competem entre si por leitores e por angariarem publicidade. Não obstante, os seus correspondentes em ciência trabalham frequentemente em colaboração, assistindo, na grande generalidade, às mesmas conferências e discutindo o que planeiam relatar. Muitos jornalistas têm também um apetite por histórias "exclusivas" ocasionais - que, se forem consideradas suficientemente importantes, os seus rivais terão posteriormente de seguir.

Os profissionais da comunicação social

Os jornalistas que trabalham em áreas como a biotecnologia não trabalham isolados. Tal

FEDERAÇÃO EUROPEIA DE
BIOTECNOLOGIA

EFB

GRUPO DE TRABALHO SOBRE
AS PERCEPÇÕES PÚBLICAS
DA BIOTECNOLOGIA

INFORMAÇÃO

Para mais informações sobre os Boletins Informativos e outras publicações e actividades da Federação Europeia de Biotecnologia, Grupo de Trabalho sobre as Percepções Públicas da Biotecnologia, solicitamos que contacte:

Prof. John Durant (*Presidente*)
Research and Information Services
National Museum of Science and
Industry
GB-SW7 2DD London
Tel: +44 171 9388201
Fax: +44 171 9388213
Email: j.durant@nmsi.ac.uk

Dr. J. Bennett (*Secretário*)
Secretariat, EFB Task Group on Public
Perceptions of Biotechnology
Oude Delft 60
NL-2611 CD Delft
Tel: +31 15 2127800
Fax: +31 15 2127111
Email: efb.cbc@stm.tudelft.nl

<http://www.kluyver.stm.tudelft.nl/efb/home.htm>

© Copyright EFB Task Group on Public Perceptions of Biotechnology, 1996.

Este Boletim Informativo destina-se unicamente a informar e não representa as opiniões da Federação Europeia de Biotecnologia ou qualquer outro organismo. Esta publicação apenas pode ser reproduzida para fins de estudo ou investigação, com a expressa autorização escrita do autor.

O Grupo de Trabalho reconhece e agradece o apoio e financiamento continuado da Comissão Europeia, Direcção-Geral XII, por este e outros temas.



Boletim Informativo

5

Outubro 1996
traduzido a partir do
original em Inglês

como os seus pares em outras áreas, trabalham segundo interesses e ordens do dia que são determinados pelos seus editores nos gabinetes dos jornais, revistas e rádios. Os editores determinam os tópicos em que acreditam que nós, leitores e ouvintes, estaremos interessados. O espaço dedicado a um qualquer tópico pode ser igualmente alterado à medida que surjam outras notícias e ganhem prioridade, mesmo entre duas edições de um jornal.

A maioria dos principais jornais na Europa tem um editor de ciência. Muitos destes editores detêm uma habilitação em ciência, e alguns um doutoramento, enquanto que outros se especializaram depois de terem trabalhado como repórteres generalistas. Deve esperar-se que os repórteres generalistas (que cobrem também temas de ciência e tecnologia) tenham pouco ou nenhum conhecimento dos tópicos que relatam. Não obstante, quer os editores de ciência, quer os repórteres generalistas, necessitam de “vender” as suas ideias ao editor principal, que poderá adicionalmente pedir-lhes que relatem histórias que foram iniciadas através de outros canais.

Os jornais, e publicações que incluem artigos mais extensivos, são receptivos a sugestões vindas de colaboradores externos - por exemplo, uma proposta para um artigo sobre a febre dos fenos e o seu tratamento avançada por um especialista nessa área. Estas sugestões devem ser apresentadas com muita antecedência - não apenas para que a ideia seja considerada e o artigo atribuído e escrito, mas também para que apareça em tempo oportuno de forma que os leitores possam fazer uso da informação veiculada. Existem inúmeras oportunidades para que os cientistas e as suas organizações tomem iniciativas desta natureza - embora muitos não estejam conscientes destas oportunidades, ou acreditem (erradamente) que a comunicação social não estará interessada nestas sugestões.

Rádio e televisão

Os especialistas em ciência, que trabalham nos departamentos noticiosos da rádio e televisão, fornecem a cobertura apropriada para os boletins de notícias. Eles trabalham igualmente para os programas correntes, respondendo a solicitações dos seus editores.

O editor é usualmente a pessoa responsável pelos programas semanais e outros programas científicos regulares, partilhando a responsabilidade com um ou mais produtores responsáveis por programas individuais. A ordem do dia é estabelecida principalmente pelo editor, embora alguns produtores possam estar interessados em tópicos específicos no âmbito geral coberto pelo

programa. Na rádio, é costume os apresentadores trabalhem de perto com os seus produtores na realização e tomada de decisões editoriais. Os programas das rádios locais, bem como dos jornais locais, interessam-se sempre por histórias com uma perspectiva local.

Tal como acontece com a imprensa, os editores e apresentadores de programas que lidam regularmente com a ciência, medicina e disciplinas aplicadas, acolhem invariavelmente bem sugestões sobre tópicos que possam estar interessados em abordar. Geralmente mostram-se muito interessados em “pretextos” pela qual possam agarrar a história e conferir-lhe actualidade. Exemplos de pretextos são a publicação de um artigo numa revista importante da especialidade, o aparecimento de um relatório com interesse público e o aniversário de um evento, como o de uma importante descoberta, ou o nascimento ou morte de um cientista conceituado. Para que sejam úteis, os contactos relativos a tópicos e pretextos desta natureza necessitam de ser efectuados com a antecedência de algumas semanas, ou de preferência meses.

Lidar com os jornalistas

Os jornalistas, e certamente todos aqueles que lidam com notícias, têm invariavelmente sempre pressa. A rapidez está enraizada na cultura da comunicação social de tal modo que é costume os jornalistas desejarem uma entrevista ou uma sessão de fotografias naquele mesmo instante. Essa pressa deve-se ao facto de os jornalistas trabalharem em várias histórias ao longo de um dia.

Os jornais têm, usualmente, duas reuniões de trabalho em que determinam as notícias que aparecerão no jornal do dia seguinte. Se um comunicado é emitido já depois da reunião do início da tarde, então é muito provável que a história não seja publicada no dia seguinte, a não ser que seja realmente importante. A melhor altura para contactar a redacção de um jornal é durante o princípio da manhã, mas esta poderá não ser a altura mais adequada para um jornal vespertino ou um boletim noticioso à hora de almoço de uma rádio ou estação de televisão. O período de vida de uma história é também penosamente curto. Imagine-se um projecto de investigação de longo prazo que comunica os seus resultados numa tarde de sexta-feira. Por altura do próximo principal bloco noticioso na segunda-feira, será já considerada uma história antiga e dificilmente conseguirá figurar entre as notícias relatadas. As conferências de imprensa convocadas durante o período da tarde não são uma boa forma de conseguir aparecer na comunicação social, e são especialmente desaconselhadas numa sexta-feira.

Na verdade, embora os jornalistas apreciem uma resposta imediata, é perfeitamente razoável que alguém abordado por um repórter peça algum tempo para considerar a proposta e decidir como responder.

Se um jornalista o abordar, pessoalmente ou pelo telefone, certifique-se de início que percebe realmente o que ele pretende, que publicação ou programa representam e a forma como ele se propõe usar qualquer comentário que faça. No caso da rádio e da televisão, deverá ainda informar-se se a entrevista proposta será em directo ou gravada, qual o formato e quem mais tomará parte no programa.

Mesmo que se sinta satisfeito e esclarecido com as respostas, poderá querer pensar um pouco mais no assunto. Peça à pessoa que o contactou que lhe volte a ligar dentro de 20-30 minutos. Em alternativa, diga-lhe que lhe devolverá o telefonema - mas certifique-se que o fará. No entanto poderá também consultar os seus colegas. As pessoas das relações públicas nas empresas, universidades e outras organizações poderão ser também de uma ajuda inestimável no aconselhamento sobre determinados jornalistas, publicações e programas e o seu comportamento no passado.

Alguns cientistas acham que, a longo prazo, é mutuamente compensador tornarem-se conhecedores de alguns jornalistas que lidam com temas de ciência, quer a nível nacional, quer localmente. Embora deste modo não se criem certamente canais automáticos através dos quais se consiga atrair a publicidade da comunicação social, estas relações de amizade podem revelar-se valiosas para ambas as partes e servem para aumentar a confiança mútua.

Ser entrevistado

Existem diversos cenários nos quais poderá ver-se confrontado com a comunicação social. Estas ocasiões variam, desde uma conferência científica, na qual irá apresentar um artigo, a um telefonema de um jornalista, através da qual ele lhe fará perguntas sobre o seu trabalho e procurará aconselhamento sobre os desenvolvimentos na sua área de trabalho. Em caso de escolha, é mais satisfatório e tranquilizador encontrar-se pessoalmente com o jornalista do que responder a uma voz ao telefone. Paradoxalmente, alguns de nós somos mais facilmente conduzidos a revelar ao telefone mais do que aquilo que desejaríamos.

Um cientista pode ser aconselhado, em raras ocasiões, a não falar de todo com um jornalista - por exemplo, um jornalista que

tenha um historial de más interpretações ou reproduções pouco fidedignas. Existem, no entanto, perigos óbvios na recusa de uma entrevista. Tenha consciência de que é inteiramente razoável que um jornalista queira falar consigo. Actue com muita cautela na recusa total.

Se se sentir tentado a recusar uma entrevista apenas porque está ocupado e dificilmente pode dispensar algum tempo, lembre-se que o jornalista procurará outras fontes. Ele ou ela poderão dirigir-se a alguém menos qualificado para falar com verdadeira autoridade sobre o assunto. De qualquer forma, poderá querer procurar algum conselho junto de uma pessoa das relações públicas no seu instituto, empresa ou universidade.

Mesmo quando se predispõe a falar com repórteres especializados, que abordam regularmente matérias em ciência e medicina, lembre-se dos termos e ideias com que está familiarizado. Esses termos e ideias poderão ser novos para eles e, portanto, requerem um esclarecimento cuidado. Um repórter generalista conhecerá pouco de ciência. Assim, não assuma muito conhecimento de causa por parte do entrevistador, e não se preocupe em “descer ao nível” do jornalista ao falar. É melhor agir deste modo que utilizar jargão técnico inacessível. Tente escolher, quando possível, palavras

quotidianas. Se não conseguir evitar o uso de termos técnicos, explique-os - talvez usando metáforas ou analogias para ultrapassar conceitos difíceis.

Lembre-se que dificilmente um jornalista se restringirá a assuntos de carácter técnico. Ele ou ela poderão questioná-lo sobre a forma de financiamento da sua investigação, as repercussões da biotecnologia nos consumidores ou as suas implicações nas exportações e importações. Quando preparar a entrevista, pense também nas questões que um leitor ou ouvinte gostaria que fossem respondidas.

A base mais satisfatória para uma entrevista - do ponto de vista de ambos os intervenientes - é uma conversa “oficial” (*on the record*). Assim, o jornalista poderá usar e citar tudo o que diga. Mas poderão existir ocasiões em que preferirá conduzir uma entrevista, ou parte dela, de forma “confidencial” (*off the record*). É importante atingir um acordo não ambíguo **de antemão** sobre as condições da entrevista. Noventa e nove, em cada cem jornalistas, **respeitarão** qualquer forma de confidência que acordar. Nunca use a expressão “*Não comento*”. Existe sempre algo menos evasivo que poderá usar!

Se trabalha em colaboração com uma empresa ou instituto externos ao seu local de trabalho, como parte de um projecto conjunto de investigação, deverá discutir com o seu parceiro as demandas jornalísticas e pedidos de entrevistas e acordar no que irá ser dito.

Dez Regras de Ouro

Esteja bem informado

Planeie os pontos que deseja abordar e as suas respostas e argumentos a perguntas tipo

Em dúvida, esteja preparado para dizer “*Eu não sei*”

Seja o mais sincero possível e nunca minta

Nunca diga “*Não comento*”; existe sempre algo mais útil e interessante que possa dizer

Mostre preocupação se existe um problema genuíno

Mostre que a sua organização se debruça sobre a situação ou assunto

Seja o mais positivo possível, sem parecer insensível e indiferente

Acautele-se com a admissão de culpabilidade

Tenha uma lista de contactos de pessoas treinadas para falar e disponíveis para emitir opiniões em questões específicas

Aparecer na rádio ou na televisão

Alguns cientistas, mesmo aqueles que sofrem de ansiedade, demonstram um desempenho natural na rádio e na televisão. Outros, saem-se menos bem. A televisão é um meio particularmente exigente, especialmente no ambiente estranho do estúdio. Existem alguns conselhos que são geralmente úteis. Vá preparado - seja absolutamente claro sobre o que pretende dizer e qual o objectivo da sua aparição. Tente sempre ser positivo. Nunca se mostre irritado ou repudie o entrevistador, por muito difícil que lhe seja, pois corre o risco de alienar os espectadores ou ouvintes.

Embora estas linhas de orientação sejam úteis, a prática é a melhor conselheira. Para aqueles cujo trabalho e/ou posicionamento em biotecnologia os torne alvo de uma entrevista, o treino prático é inestimável, especialmente quando se trata da televisão. Se frequentar um curso de treino para os media, certifique-se que está nas mãos de pessoas que presentemente trabalham, ou trabalharam num passado recente, no meio. Alguns destes cursos são leccionados por formadores que têm, eles mesmos, pouca ou nenhuma experiência prática na televisão ou na rádio.

Difícilmente serão as pessoas que melhor o poderão aconselhar.

Uma questão chave sobre a aparição na rádio ou na televisão prende-se com o directo ou a gravação. Ambos têm as suas vantagens e desvantagens. Enquanto que algumas pessoas ficam mais nervosas com entrevistas em directo, outras apreciam a oportunidade de dizer exactamente aquilo que desejam dizer, sem qualquer possibilidade de edição das suas palavras antes da transmissão. Lembre-se que, **num noticiário ou num programa de assuntos correntes**, o entrevistador pode querer que você sintetize “rapidamente” o seu ponto de vista/comentários (usualmente, no máximo de 30 segundos). Lembre-se também que, tal como acontece quando falamos em público, um pouco de nervosismo até ajuda.

Posso verificar a cópia?

Se estiver a colaborar com um jornalista que está a escrever uma história **noticiosa**, não é realístico pensar que terá a oportunidade de ler e aprovar o texto final. Geralmente não há tempo suficiente, e a cópia poderá ser editada bastante mais tarde, quando já fora do controlo do escritor. No entanto, os jornalistas têm geralmente o cuidado de telefonar, no seu próprio interesse, e verificar a exactidão das citações que pretendem utilizar. Lembre-se que, embora estas citações devam ser exactas, elas não transmitem todas as particularidades que são apropriadas de afirmações relatadas num artigo publicado numa revista especializada.

É muito mais realista esperar ver o texto, ou uma versão não editada de um programa, quando se trabalha com um jornalista com uma escala de tempo maior. Exemplos disso incluem um escritor que prepara um artigo de reportagem para uma revista ou um jornal, ou um jornalista de rádio ou televisão trabalhando num documentário. Mais uma vez, assegure-se que a revisão do texto fica acordada de antemão. Os escritores e produtores mostrar-se-ão sempre agradecidos quando corrigir inexactidões notórias, pois não desejam ser vistos como pessoas que cometem erros.

Serei pago?

Em geral os jornais e as revistas não pagam pelas entrevistas, ao contrário dos programas de rádio e televisão que poderão oferecer uma compensação ou responder positivamente quando perguntados - especialmente se desejam tomar uma parte substancial do seu tempo. No entanto, não existem regras universais. Por um lado, pode esperar com alguma razoabilidade receber uma compensação modesta se for convidado a ser entrevistado num programa em directo ou gravado num estúdio da rádio. Por outro lado,

a equipa de notícias da estação de televisão poderá querer filmá-lo no seu laboratório e, apesar da inevitável disrupção, não lhe oferecer qualquer pagamento em troca. Terá, então, de pesar o tempo e a inconveniência contra os benefícios inerentes da publicidade. Existe frequentemente alguma flexibilidade para que receba uma compensação mesmo quando não é geralmente oferecida. Pergunte no começo, nunca depois.

Os “jornalistas de investigação” da televisão são os que nos colocam problemas em particular. Um investigador não é o produtor ou editor de um programa, mas um elemento júnior de uma equipa que é contratado para contactar com muitos peritos diferentes e desenvolver a ideia do programa. Ajudar os investigadores pode ser benéfico para uma organização - pelo menos naquelas ocasiões em que o cientista consegue influenciar um programa, cujos planos não se revelavam muito satisfatórios. Muito dependerá da sua aptidão pessoal e da diplomacia da sua instituição. Mais uma vez, as pessoas das relações públicas podem ajudar na tomada de decisão de colaborar, ou não, com os investigadores.

Conferências de Imprensa e Comunicados

Numa conferência de imprensa formal (durante um encontro científico, por exemplo), os jornalistas são convidados a ouvir os novos desenvolvimentos na investigação. Estas ocasiões devem ser acompanhadas por uma “linha verde” (*hot-line*) aberta durante, pelo menos, 24 horas, para que os jornalistas que não tenham tido a possibilidade de comparecer possam telefonar e pedir informações. Antes de uma conferência de imprensa, uma pessoa das relações públicas pode pedir a sua ajuda na preparação de um comunicado para ser distribuído à imprensa - onde se anunciam os pontos principais. Notas escritas deste tipo são de uma ajuda inestimável, como também o são noutras ocasiões quando é entrevistado individualmente por um jornalista. Para além do seu nome e da posição que ocupa, um comunicado pode conter outra informação, como os nomes das organizações e um resumo dos resultados experimentais. Esta informação será de uma particular importância para o repórter generalista que virtualmente nada conhece sobre o assunto - por exemplo, um jornalista de um jornal local ou repórter de rádio (que até agradecerá se lhe entregar uma pequena lista com questões chave que ele ou ela lhe deverão perguntar).

Os comunicados de imprensa deverão também conter informação sobre como contactar os principais indivíduos envolvidos - quem, por essa altura como indicado, **deve** estar disponível para ser contactado através

de telefone ou e-mail. Os comunicados são geralmente embargados, estabelecendo uma data e hora antes da qual o conteúdo do mesmo não pode ser utilizado. Publicações como a *Nature* emitem comunicados de imprensa todas as semanas, anunciando os principais artigos na sua próxima edição. A publicação do relatório anual de uma instituição é outra ocasião em que comunicados de imprensa são usados para atrair atenções sobre alguns aspectos descritos no relatório.

A importância dos comunicados de imprensa dificilmente pode ser exagerada. Comunicados que descrevam desenvolvimentos de interesse para os jornalistas, que estejam escritos de forma clara e contenham todos os ingredientes formais discutidos anteriormente, são usados com mais frequência do que aqueles que são deficientes nestes aspectos. Além do mais, uma empresa ou instituto que emita comunicados bem elaborados, comunicando novidades genuínas, incentiva os jornalistas a prestar atenção a futuros comunicados que possam vir a ser emitidos. Os comunicados de imprensa não são, em geral, textualmente publicados, mas deverão ser escritos num estilo tal que permita que o sejam - quando o tempo escasseia, por exemplo.

Causas de insatisfação

Existem, inevitavelmente, ocasiões em que os cientistas se sentem insatisfeitos com os resultados da sua interacção com um jornalista - num artigo de jornal ou programa de televisão, ou mesmo a não publicação de um artigo ou falta de emissão de um programa de rádio. Se isto lhe acontecer, primeiro pare e considere exactamente o que o preocupa. Preocupa-se porque dedicou parte do seu tempo na preparação de um artigo ou programa que foi abortado? Se é o caso, embora a decência comum dite que tinha o direito de ter sido informado, não existe invariavelmente mais nada que possa fazer. Muitos artigos e gravações de rádio ou televisão nunca são usados - por razões logísticas e não de qualidade.

Mais uma vez, se achar que foi mal representado num artigo ou programa, considere cuidadosamente **porque** o acha. Tem uma razão de queixa genuína? Ou está realmente aborrecido com a situação porque, por exemplo, foi atribuída demasiada importância (na sua opinião) às ideias ou resultados de outro grupo de investigação? Neste último caso, discuta o caso com um colega não envolvido no trabalho, espere pelo dia seguinte e se ainda se sentir prejudicado ou injustiçado escreva uma carta ao jornalista expondo o seu ponto de vista. Verá que a carta **será** tida com seriedade.

Num caso particularmente sério, e mais uma vez após conversar com colegas e/ou alguém das relações públicas, pode ser apropriado apresentar queixa ao editor e/ou enviar uma carta aberta para publicação. Mesmo que não **seja** publicada, estas cartas são ponderadas com muito cuidado e podem ser consideradas quando no futuro se voltar a discutir o assunto. Finalmente, existe a opção de apresentar queixa do jornalista e publicação ao organismo oficial que tutela a imprensa, ou de iniciar uma acção legal se acreditar que foi difamado.

Seja realista

Alguns jornalistas são, por vezes, perniciosos - tal como outras pessoas com quem lidamos durante a nossa vida. Os jornalistas também cometem erros - da mesma forma que alguns cientistas em biotecnologia. Alguns deles sensacionalizam novos desenvolvimentos - tal como as empresas de biotecnologia. E, no entanto, a grande maioria dos jornalistas não o pretendem ser deliberadamente, nem pretendem cometer erros ou sensacionalizar o seu material. Trabalham o melhor que podem e sabem, e o seu trabalho é de qualidade - especialmente devido às pressões de tempo que sofrem. Além do mais, aqueles que se especializam em áreas como a ciência, medicina e tecnologia, fazem-no porque estão verdadeiramente interessados nesses tópicos. Eles necessitam da sua ajuda, tal como você necessita da ajuda deles.

OUTRAS FONTES DE INFORMAÇÃO

Hitting the Headlines - A Practical Guide to the Media by Stephen White, Peter Evans, Chris Mihill and Maryon Tysoe, British Psychological Society, Leicester, 1993

Surviving the Media - How to Appear Successfully on TV, Radio or in the Press by Diana Mather, Thorsons, London, 1995

Can I Quote You on That? by Frank Albrighton, Conference of University Administrators, Birmingham, 1986

Presenting Science to the Public by Barbara Gastel, ISI Press, Philadelphia, 1983

The Role of the Media in Science Communication edited by Kate Akrill, Ciba Foundation, London, 1994