

Jornalismo Científico ou Promoção Institucional? Análise da função educativa na divulgação científica do IFMA¹

Romulo Fernando Lemos GOMES²

Silvano Alves Bezerra da SILVA³

Universidade Federal do Maranhão (UFMA)

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA)

Resumo

Esta pesquisa insere-se na ampla discussão do papel educativo desempenhado pelo jornalismo científico, e centra suas atenções sobre o exercício jornalístico da assessoria de comunicação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA). Tomamos como suporte a Teoria Social do Discurso, de Norman Fairclough (2001), que percebe o discurso como tridimensional: texto, prática discursiva e prática social. Em entrevista com o chefe do Departamento de Comunicação da instituição, levantamos as estruturas, políticas e recursos empreendidos para dar condições à formulação do discurso da divulgação de ciência, tecnologia e inovação (CT&I). A investigação das operações discursivas engendradas no corpo das ações de divulgação científica permitiu-nos analisar se o jornalismo científico produzido no IFMA atinge propósitos educativos consistentes, de modo a atender necessidades de formação de cultura científica.

Palavras-chave: jornalismo científico; educação; discurso.

Introdução

Esta pesquisa insere-se na ampla discussão do papel educativo desempenhado pelo jornalismo científico, e centra suas atenções sobre o exercício jornalístico da assessoria de comunicação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA). Os resultados aqui apresentados fazem parte de estudo ainda em curso, que contempla, também, em seu escopo, o jornalismo científico da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA). Neste artigo, entretanto, relatamos apenas as análises preliminares da produção jornalística sobre ciência, tecnologia e inovação (CT&I) do IFMA.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Cultura e Sociedade, da UFMA. Jornalista do IFMA – Campus São Luís – Maracanã. Email: romulo.gomes83@gmail.com

³ Orientador. Professor do Programa de Pós-Graduação Mestrado Interdisciplinar em Cultura e Sociedade da UFMA. Email: silvanobezerra@ufma.br

Com aparatos próprios de comunicação, as universidades e os institutos de pesquisa poderiam assumir a dianteira da divulgação científica. Esse pensamento é endossado por Brisolla e Carvalho (2002 apud CARNEIRO, 2010), em razão de as universidades, principalmente as públicas, concentrarem o maior volume de pesquisadores e da produção científica do país.

A partir dos seus meios de comunicação, esses centros de pesquisa teriam condições de alcançar espaço no agendamento da grande mídia. É um caminho difícil, mas com avanços significativos nas últimas décadas. Ao resenhar autores como Chaparro (1987), Bueno (1996), Lage (1999), Franco e Baroncelli (1999) e Reis (2002), a pesquisadora Sônia Aguiar (2012) concluiu que as universidades brasileiras têm ganhado mais visibilidade midiática. Mas a autora observa que as assessorias de comunicação ou agências de comunicação das universidades do Brasil ainda usam suas estruturas, prioritariamente, como ferramenta estratégica para dar visibilidade a aspectos institucionais ou de promoção de gestores.

Tomando proporções diferentes e dando ênfase à divulgação de CT&I, o trabalho das assessorias de comunicação das universidades tem potencial de abrir caminho, inclusive, para cobertura mais qualificada do setor pela mídia.

Para Zucolo (2012, p. 45), a realidade atual é de reestruturação da academia, impulsionada por fatores e processos sociotecnológicos. O autor refere-se às tecnologias de informação e comunicação que têm afetado a “especificidade institucional da Universidade”. O momento é oportuno para que a divulgação científica, especialmente na forma de jornalismo científico, seja percebida como instrumento de educação para a ciência; “enquanto ação estratégica de apropriação social do conhecimento, ou seja, como ação de cidadania” (SOUSA *et al*, 2009, apud ZUCOLO, 2012, p. 48). É uma atuação que, articulada com a educação formal, geraria estratégias regulares de partilha do conhecimento, ultrapassando a lógica do mercado e da mera promoção institucional pelas assessorias.

Caldas (2012, p. 66) defende a democratização do conhecimento como pressuposto inerente aos regimes democráticos. Para ela, a divulgação científica precisa ser feita de maneira politizada, mostrando que o conhecimento é “uma atividade que engendra poder e que, portanto, será sujeita a manipulação, fraudes, múltiplos interesses para além do benefício social”.

O jornalismo científico que educa teria, como indicador de sua qualidade, a gestão do processo de produção, assim definidos por Caldas (2012, p. 65):

A qualidade da informação não passa apenas pela precisão dos dados, pelo texto bem elaborado, elementos essenciais, mas insuficientes. Passa, principalmente pela contextualização, visão histórica, controvérsias, abordagem, discussão sobre riscos e benefícios, interesses envolvidos.

Segundo Bueno (2010, p. 8), a educação científica, proporcionada pelos processos de divulgação científica, dá condições ao cidadão comum de participar de debates amplos sobre a relação entre ciência e sociedade, ciência e mercado, ciência e democracia.

No cenário maranhense, o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA) está entre as três instituições com maior produção de pesquisas científicas e inovações tecnológicas do Estado, ao lado da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e Universidade Estadual do Maranhão (UEMA). Isso nos motivou a centrar nosso olhar sobre a divulgação científica feita por seu Departamento de Comunicação e Eventos, questionando: o jornalismo científico produzido no IFMA atinge propósitos educativos consistentes, de modo a atender necessidades de formação de cultura científica?

O levantamento preliminar do jornalismo científico do instituto conduziu-nos à hipótese de que as estratégias de promoção institucional sobressaem à divulgação científica, o que dificulta a elaboração jornalística mais crítica e reflexiva, dando espaço à simples divulgação de informações, sem, contudo, criar bases sólidas para a educação científica.

Para essa investigação, sentimos necessidade, desse modo, de percurso interpretativo que articulasse o contexto sócio-histórico, dando conta do jogo de interesses institucionais e suas implicações na prática discursiva do jornalismo científico e na dimensão educativa dos textos. Recorremos aos fundamentos da Teoria Social do Discurso, de Norman Fairclough (2001), que percebe o discurso como tridimensional: é, ao mesmo tempo, prática social, prática discursiva e texto.

2. Análise de Discurso Textualmente Orientada

Norman Fairclough (2001) constrói sua Teoria Social do Discurso a partir da premissa de que o uso linguístico está associado a processos sociais e culturais. O autor procura desenvolver um sistema de investigação das mudanças na linguagem e das mudanças socioculturais, com uma abordagem de análise linguística.

A proposta de Fairclough (2001, p 20) é suprir lacunas deixadas por aquilo que considera “falta de interesse pela linguagem por parte de outras ciências sociais e uma tendência de considerar a linguagem transparente”, como se os conteúdos sociais pudessem ser lidos sem atenção à linguagem. É um quadro que começa a tomar nova dimensão, com o enfraquecimento dos limites dessas ciências, para dar lugar ao que Fairclough (2001, p 20) chama de “virada linguística” na teoria social. “A linguagem está passando a ocupar papel mais central nos fenômenos sociais”.

A Análise do Discurso Textualmente Orientada (ADTO) é a proposta de Fairclough (2001) para dar conta das relações entre contexto-texto-significado. As três dimensões percebidas por Fairclough (2001, p. 22), para fins metodológicos, organizam-se assim:

A dimensão do 'texto' cuida da análise linguística de textos. A dimensão da 'prática discursiva', como 'interação', na concepção 'texto e interação' de discurso, especifica a natureza dos processos de produção e interpretação textual - por exemplo, que tipos de discurso (incluindo 'discursos' no sentido mais socioteórico) são derivados e como se combinam. A dimensão de 'prática social' cuida de questões de interesse na análise social, tais como as circunstâncias institucionais e organizacionais do evento discursivo e como elas moldam a natureza da prática discursiva e os efeitos constitutivos/construtivos referidos anteriormente.

Para a Teoria Social do Discurso, os sujeitos são constituídos socialmente, mas também têm capacidade de “agir como agentes e, entre outras coisas, de negociar seu relacionamento com os tipos variados de discurso a que eles recorrem” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 87). Esta percepção do discurso é fundamental à nossa pesquisa, pois somos norteados pelo pressuposto de que a ordem social depende da partilha de significações constituídas por meio da linguagem, entendida como meio de interação. O homem, ser que ordena o mundo, só pode ser e aprender por meio dos signos. É pela linguagem que nosso pensamento é organizado e por ela nos constituímos no simbólico.

Tomando esse percurso metodológico tridimensional, esperamos compreender se as relações sociais que condicionam a ordem do discurso no IFMA dão espaço a propósitos educativos consistentes, por meio do jornalismo científico, ou se as assessorias de comunicação são investidas, fundamentalmente, de estratégias de promoção institucional, portanto de representação e disputa de poder.

Das categorias propostas por Foucault descritas por Fairclough (2001), importam para este artigo a *formação dos objetos* e a *formação das modalidades enunciativas*.

Formação dos objetos: Foucault considera que os objetos são constituídos e transformados em discurso a partir das regras impostas por uma formação discursiva específica. São, desse modo,

os objetos de conhecimento, as entidades que as disciplinas particulares ou as ciências reconhecem dentro de seus campos de interesse e que elas tomam como alvos de investigação. (Esse sentido de objetos pode ser entendido para além de disciplinas ou ciências formalmente organizadas para as entidades reconhecidas na vida comum) (FAIRCLOUGH, 2001, p. 65).

Modalidades enunciativas: a respeito dessa categoria, Foucault defende que o sujeito social, ao produzir um enunciado, não seria uma entidade fora ou independente do discurso; seria, sim, posicionado pelos enunciados, bem como aqueles a quem se enuncia também são posicionados.

Descrever uma formulação como enunciado não consiste em analisar a relação entre o autor e o que ele diz (ou quis dizer, ou disse sem querer), mas em determinar que posição pode e deve ser ocupada por qualquer indivíduos para que ele seja o sujeito dela (FOUCAULT, 1972, p. 95-96 apud FAIRCLOUGH, p. 68).

Em razão da complexidade de relações constitutivas do trabalho de comunicação na instituição selecionada para esta pesquisa, optamos por entrevistar o chefe do Departamento de Comunicação e Eventos, Cláudio Moraes, precedendo a análise do *corpus* empírico: matérias selecionadas no Portal do IFMA, no período de maio de 2012. O material coletado foi analisado com auxílio de ferramentas provenientes da Análise do Discurso Textualmente Orientada (ADTO), buscando evidenciar componentes, estruturas ou potencialidades educativas nas peças de jornalismo científico do IFMA.

3. Formação do Jornalismo Científico no IFMA

Na proposta metodológica da ADTO, é recomendado explicitar as relações e condições do processo discursivo, para que se evidencie a prática social da qual fazem parte. Por se tratar de processos sociais, fazemos referência aos ambientes político-institucionais nos quais os discursos foram gerados. Essa relação entre contexto-texto-significado, segundo Fairclough (2001), deve ser entendida a partir da *formação discursiva* - sistema de relações que funciona como regras sobre o que deve ser dito numa prática de discurso.

Para melhor compreender como a formação discursiva se articula nas ordens de discurso do Departamento de Comunicação e Eventos do IFMA, entrevistamos o jornalista Cláudio Moraes, que está à frente do setor, no dia 14 de fevereiro de 2013. O depoimento possibilitou-nos visualizar os campos de forças que envolvem a produção do jornalismo científico no IFMA.

3.1 Prestação de contas com a sociedade: o objeto da assessoria

No entendimento de Cláudio Moraes, o objeto do Departamento de Comunicação e Eventos do IFMA é o intercâmbio de informações para a prestação de contas com a sociedade. Para ele, esse aspecto é o que diferencia o trabalho em assessoria de comunicação de instituições públicas, independente da área fim.

Tem recurso público investido. Então, há o dever de prestar conta de como esse recurso está sendo aplicado. Aqui, vem recursos para ensino, pesquisa e extensão. Então, é primordial que haja esse intercâmbio de informações em relação ao que está sendo produzido dentro da instituição. Não como “marketing”, não como propaganda, mas o que está sendo feito com os recursos públicos que vêm pra cá, que são injetados aqui na instituição (informação verbal)⁴.

O gestor da comunicação do Instituto Federal do Maranhão entende que a divulgação científica está condicionada pela necessidade de informar como os recursos destinados à pesquisa estão sendo aplicados. Em sua fala, não aparece como atribuição ou objeto próprio da assessoria de comunicação de instituições de ensino superior a difusão e democratização dos conhecimentos produzidos no IFMA. Quando se refere a democratizar as informações, restringe-se ao compromisso de levar à sociedade quais pesquisas estão sendo realizadas com o dinheiro público investido.

Vem recursos para investir na pesquisa; para favorecer, implementar ou ampliar as pesquisas. Aqui no IFMA, vem recursos para poder realizar pesquisas tanto no ensino médio quanto na graduação e na pós-graduação, em todo o estado [...]. Tem a obrigação de a instituição divulgar o que está sendo feito com esse recurso, com resultados práticos, com as pesquisas que estão sendo produzidas [...]. Se vem para pesquisa, o resultado dos recursos públicos, dos investimentos, tem que se mostrar para a sociedade. (informação verbal)⁵.

Entre os dias 1º e 03 de dezembro de 2010, representantes dos diversos segmentos do IFMA reuniram-se para votar e aprovar o Regimento Geral da instituição. Em seu artigo 59, o documento prevê uma Coordenadoria de Divulgação Científica como parte da Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação. Mais adiante, no artigo 64, estabelece as competências da coordenadoria:

- I- fornecer orientação e apoio aos Campi nos encaminhamentos necessários a publicação de trabalhos científicos;
- II- organizar as informações visando à divulgação interna e externa dos periódicos científicos institucionais, em articulação com a Coordenação de Comunicação e Eventos;
- III- divulgar as chamadas para recebimento dos trabalhos submetidos a revista científica institucional;

⁴ Entrevista concedida por Cláudio Moraes em 14 de fevereiro de 2013.

⁵ Entrevista concedida por Cláudio Moraes em 14 de fevereiro de 2013.

- IV- acompanhar as publicações nacionais e internacionais de servidores e discentes do Instituto Federal do Maranhão;
- V- coordenar o Programa Institucional de Apoio a Divulgação Científica; e
- VI- gerenciar a página eletrônica da Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação.

Mesmo como previsão no Regimento Geral, de acordo com Cláudio Moraes, a coordenadoria ainda não foi implantada. A constituição de departamento próprio para tratar da divulgação científica seria o ideal nas instituições de ensino superior. Mas chama a atenção as atribuições postas no documento, que se referem muito mais a disseminação científica do que de divulgação.

Outro destaque apontado pelo assessor do IFMA é a falta de previsão do Departamento de Comunicação e Eventos no Regimento Geral, demonstrando que a comunicação ainda não é reconhecida como política da instituição. É feita de forma aleatória, sem planejamento e definição de atribuições e de diretrizes a serem tomadas, principalmente no que se refere à divulgação científica.

A PRPGI faz referência em auxiliar a comunicação na divulgação científica, mas a própria assessoria de comunicação não está prevista nos documentos oficiais do instituto, apesar de na parte orçamentária haver previsão de um cargo de chefia, os profissionais estarem lotados, mas no organograma da instituição, oficialmente, nem existe assessoria de comunicação. Existe um descompasso aí entre a realidade que está no papel (informação verbal)⁶.

3.2 Posição dos sujeitos no discurso do IFMA: modalidades enunciativas

O entendimento das condições sociais em que ocorre a produção, circulação e consumo do discurso nos indica, segundo Foucault (1972), como são constituídos e quais posições ocupam os sujeitos que enunciam e, também, aqueles a quem o discurso é destinado. É o que o autor entende por *modalidades enunciativas*. Passamos, desse modo, a buscar as *modalidades enunciativas* a que recorrem as instituições pesquisadas, para compreendermos a posição dos sujeitos no discurso do jornalismo científico.

De acordo com Cláudio Moraes, os critérios para definição de pautas e abordagem a ser dada são estabelecidos por cada jornalista que compõe a equipe, de maneira autônoma e a partir da experiência acumulada. Ele se refere aos profissionais que ingressaram no instituto, por meio de concurso público, em 2009 e 2010. Desde esse tempo, a equipe trabalha sem política ou plano de comunicação que oriente sua a produção jornalística. O que ocorre, a nosso ver, é autocensura, direcionada pela prática diária.

⁶ Entrevista concedida por Cláudio Moraes em 14 de fevereiro de 2013.

Estou herdando uma equipe de trabalho de três anos, mas aqui todo mundo tem uma autonomia muito grande no seu trabalho. Tem uma responsabilidade muito grande em cima desses profissionais. Todos trabalham basicamente com rotinas já preestabelecidas ao longo desses três anos, mas todo mundo é responsável por aquilo que faz (informação verbal)⁷.

O gestor da comunicação do IFMA também atribui a falta de sistematização ao pouco tempo de gestão no novo reitor, Roberto Brandão, e à burocracia do setor público. Ele procura preencher essa lacuna promovendo reuniões com as equipes, para estabelecer ações pontuais de comunicação. Mas, ainda 2013, Cláudio Moraes diz querer conduzir a elaboração da política de comunicação do IFMA. Em sua opinião, esse documento deve ser pautado em valores de transparência e democracia.

A comunicação não pode ser simplesmente ditada pelo gestor da instituição. Ela não pode ser ditada pelo corpo que dirige a instituição. A instituição, sendo pública, é formada pelos estudantes, pelos servidores e sociedade. A nossa visão, enquanto gestor da comunicação do IFMA, é trabalhar, mas isso vai ser definido quando estiver trabalhando a política de comunicação, a implantação de uma política de comunicação transparente e democrática, em que todos possam ter vez e voz, de alguma forma, com um conselho de comunicação, mas é algo que ainda vai ser gerido, discutido (informação verbal)⁸.

Apesar de seu discurso ressaltar os aspectos de democratização, Cláudio Moraes tem consciência de que esses princípios ainda não se aplicam plenamente nos espaços de fala do IFMA. Para ele, a instituição ainda sofre impactos da Ditadura Militar, época em que os gestores eram nomeados por indicação do governo. “Existe toda uma herança cultural de não dar satisfação à sociedade. Isso precisa ser modificado” (informação verbal)⁹.

Questionado sobre a interferência do reitor na definição de pautas, Cláudio Moraes foi enfático ao dizer que “de forma alguma” há. Segundo ele, a reitoria ainda não deu orientação formal sobre a atuação da comunicação; houve apenas uma conversa na qual o reitor Roberto Brandão pediu mais “constância nas informações e democratização dos espaços para todos” (informação verbal)¹⁰.

Na produção de matérias jornalísticas sobre CT&I, o assessor do IFMA diz que a demanda parte dos próprios pesquisadores. O Departamento de Comunicação e Eventos não dispõe de banco de dados sobre pesquisa na instituição e, por isso, espera ser acionado por quem queira divulgar seu trabalho. Normalmente, os sujeitos a ganhar espaço de fala são os professores que participam de eventos científicos ou que tenham artigos publicados em revistas indexadas.

⁷ Entrevista concedida por Cláudio Moraes em 14 de fevereiro de 2013.

⁸ Entrevista concedida por Cláudio Moraes em 14 de fevereiro de 2013.

⁹ Entrevista concedida por Cláudio Moraes em 14 de fevereiro de 2013.

¹⁰ Entrevista concedida por Cláudio Moraes em 14 de fevereiro de 2013.

Os critérios para cobertura dos eventos locais não ficou clara. Perguntado sobre isso, o assessor pediu para interromper a gravação da entrevista e solicitou colaboração aos demais jornalistas. Sem gravar a conversa, os demais colegas apontaram disponibilidade de equipamento (câmera fotográfica) ou tempo, mas nos pareceu implícitos outros critérios. Fica claro, entretanto, que há recorrência de pesquisadores a ocupar a pauta no site do IFMA, nesse trecho: “Nesses três anos, já sabemos quais são os pesquisadores que, pelo menos em São Luís, têm um pouco mais de trabalhos realizados, notoriedade perante o próprio Instituto Federal” (informação verbal).

Como o IFMA passou recentemente por eleições para os cargos de diretores de campus e de reitor, Cláudio Moraes nega que os candidatos da oposição tenham perdido espaço.

A assessoria de comunicação é da instituição. É assessoria de comunicação do IFMA, não é assessoria de comunicação do reitor. O reitor passa e a instituição fica. Então é importante que todo mundo tenha espaço, seja apoiador ou não do reitor. Tenha sido ou não parceiro dele nas eleições. Que o critério seja técnico (informação verbal)¹¹.

Pela localização do Departamento de Comunicação e Eventos em São Luís, os pesquisadores dos campi do interior recebem desigual atenção. Na maioria dos casos, quando é veiculada alguma matéria tendo como sujeitos esses pesquisadores, a iniciativa parte deles, por *e-mail* com informações sobre suas pesquisas.

Ao analisar as *modalidades enunciativas*, devemos ainda identificar os sujeitos aos quais o discurso é dirigido. Cláudio Moraes aponta que o foco da comunicação do IFMA são os estudantes e os servidores, universo bastante diversificado e complexo, considerando a variedade de modalidades e níveis de ensino oferecidos pelo instituto. O gestor da comunicação reconhece essa complexidade.

Quando eu falo conversar e falar com o estudante do IFMA é muito difícil. É diferente das universidades, por exemplo, que têm a graduação e a pós-graduação. Temos um público de estudante muito grande. Quando falamos de servidor, temos o servidor técnico e tem o servidor professor. Acho que conseguimos nos conectar com os professores. Com o servidor administrativo, ainda falta essa aproximação maior (informação verbal)¹².

Nessa lista, deixou de ser considerada a comunidade em geral. No site da instituição não são disponibilizados canais de interação com o público, que fica restrito ao *e-mail* do Departamento de Comunicação e Eventos, pelo qual são sugeridas pautas.

¹¹ Entrevista concedida por Cláudio Moraes em 14 de fevereiro de 2013.

¹² Entrevista concedida por Cláudio Moraes em 14 de fevereiro de 2013.

A entrevista com o gestor da comunicação do IFMA sugere que a instituição adota um modelo de comunicação unilateral, em que o público cumpre papel meramente de receptor. A divulgação científica, por sua vez, além de pouco espaço no site do instituto, é feita sem planejamento, que se reflete na ausência de critérios claros. Ganham espaço os sujeitos (pesquisadores) que já têm relacionamento mais estreito com o departamento.

Esses aspectos indicam que a divulgação de ciência, pelo jornalismo científico, quando ocorre, não é promovida em bases democráticas. Ainda, a divulgação institucional tem primazia sobre a divulgação do conhecimento produzido na instituição. A análise dos processos de produção, circulação e consumo sugere que o material jornalístico produzido pelo IFMA tem propósitos educativos pouco consistentes, salvo a preocupação em prestação de contas pelos recursos públicos investidos na instituição.

4. O Jornalismo Científico no Portal do IFMA

Antes de procedermos à análise de discurso, apresentamos descrição do Portal do IFMA. A página inicial, no endereço eletrônico www.ifma.edu.br, é estruturada da seguinte forma: no topo, à esquerda, está a logomarca do instituto, seguida do nome Reitoria, dando a impressão de que aquele espaço é destinado a informações específicas da gestão máxima da instituição. Esse posicionamento é corroborado mais abaixo, quando se apresentam *links* para páginas específicas a cada *campus*. Na prática, porém, essa página termina por receber conteúdo de todas as unidades do IFMA.

Do lado direito, estão dispostos ícones de acessibilidade, mapa do *site*, canal de contato, RSS Feed e Twitter. Esta rede social, que poderia ser apresentada como ferramenta de interação com o público, está sem atualização desde o dia 02 de agosto de 2012, embora conte com 2.565 seguidores.

Um pouco abaixo, está disposto *menu* com os *links*: Instituto (no qual se pode acessar informações institucionais, como o histórico, organograma, normas e leis etc.); *Campi* (que dá acesso às páginas de cada *campus*); Diretorias (Diretoria de Gestão da Tecnologia da Informação; Diretoria de Desenvolvimento Educacional; e Diretoria de Educação a Distância); Pró-Reitorias (Ensino; Extensão e Relações Institucionais; Pesquisa e Pós-Graduação; Gestão de Pessoas; e Planejamento e Administração); Acesso à Informação (onde podem ser encontradas leis que garantem o direito de se obter informações de órgãos públicos).

Em seguida, há espaço para busca no *site* e de acesso administrativo. Neste, os gerenciadores do *site* podem entrar com nome de usuário e senha, para lhes dar acesso à alimentação e gestão do conteúdo do Portal do IFMA. Ao lado direito, *banners* se movimentam com recurso de *flash*.

Na coluna da esquerda, ficam disponíveis *links* para acesso de “alunos”, “ex-alunos”, “servidor” e “empresa”. Mais abaixo estão os *links* “Sistemas”, “Suap”, “Webmail”, “Licitações”, “Biblioteca”, “Lista Telefônica”, “Sistema Acadêmico”, “Notícias dos *Campi*” e “Revista *Acta Tecnológica*”. Essa coluna encerra com a disposição dos editais e um *banner* que serve de *link* para “Concursos” e “Seletivos”, que se alternam em *flash*.

No espaço central, estão dispostas as notícias jornalísticas, que são objeto de nossas atenções nesta pesquisa. Há divisão entre “Últimas Notícias” e “Notícias Estáticas”. Na primeira página, é possível visualizar o título da matéria, parte do primeiro parágrafo, e, em alguns casos, há uma foto.

A composição estrutural da página inicial encerra com diversos *banners*, que dão acesso a programas de governo, banco de provas e à rádio *web* da Rede Federal. Ao final, está o nome completo da instituição, endereço, telefone de contato e setor responsável pelo desenvolvimento do Portal do IFMA: DGTI.



FIGURA 01 – Página inicial do Portal do IFMA

4.1.1 Quase ausência de jornalismo científico no IFMA

A primeira amostra do nosso *corpus* de análise foi extraída do mês de maio de 2012. No período, o Departamento de Comunicação e Eventos do IFMA publicou 178 matérias, com diversas temáticas. Apenas 15 delas são enquadradas nos critérios de notícias de CT&I, o que representa apenas 8,4% do material publicado nesse mês. Ressalte-se que só encontramos essa quantidade porque alargamos o crivo, aproveitando qualquer material que fizesse referência à pesquisa científica, inovações tecnológicas ou políticas do setor.

Em geral, são pequenas notas sobre abertura de inscrições em programas governamentais de fomento à pesquisa (Ciências Sem Fronteiras, Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC –, Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação – PIBITI –, Olimpíada de Astronomia, além de inscrições em eventos científicos e inclusão da revista de disseminação científica do IFMA, *Acta Tecnológica*, no Portal de Periódicos da Capes). As notas são sucintas e pouco explicam sobre o assunto abordado.

Da amostra, selecionamos duas matérias para proceder à Análise de Discurso, exposta abaixo:

Tema: Artigo de aluno do PPGEM será publicado em um dos periódicos de vidros mais bem avaliados do mundo

Data: 03 de maio de 2012

Autor: Miguel Ahid

Descrição

A matéria se reporta à seleção de artigo produzido pelos estudantes Alisson Mendes Rodrigues (mestre em Engenharia de Materiais pelo PPGEM/IFMA) e Alberth Matheus Carvalho Costa (graduado em Física pelo IFMA) para ser publicado no *Journal of the American Ceramic Society*. O espaço dedicado ao assunto é de quatro parágrafos, sem utilização de imagens. A área de conhecimento é das engenharias e tecnologias.

Análise

O foco desta narrativa jornalística é a seleção de artigo científico produzido por alunos do IFMA para publicação internacional. Como indicador de produtividade na área de CT&I, publicar em revista indexada é objetivo perseguido por pesquisadores e instituições de pesquisa. Na matéria, fica evidente a sobreposição desse “feito” institucional em detrimento da partilha do conhecimento produzido pelo estudo a ser publicado.

O enquadramento sugere, também, que se busca muito mais o reconhecimento dos pesquisadores junto aos seus pares, indo de encontro à proposta da divulgação científica. O jornalista, no único parágrafo em que expõe os resultados da pesquisa e seus impactos, deixa de recodificar termos e expressões técnico-científicos (parâmetros de cristalização; densidade de núcleos), para deixá-los mais “digeríveis” pelo público não iniciado em ciência e tecnologia. Sem atentar para essa medida educativa, tem-se dificuldade em compreender as informações constantes da matéria. Vejamos:

O trabalho, orientado pelo Prof. Dr. Aluísio Alves Cabral Júnior (Departamento de Física - PPGEM/IFMA), reporta dados experimentais que, pela primeira vez comprovam que os parâmetros de cristalização se comportam diferentemente com o aumento da densidade de núcleos (AHID, 2012).

Dentre as dimensões que contribuem para a educação científica, encontramos apenas a referência à ação coletiva na produção da pesquisa. O jornalista cita os autores do artigo, que estão em níveis diferentes de formação acadêmica (graduação e mestrado), e incluem o orientador. Entretanto, faltam informações que contextualizem o conhecimento produzido pela equipe. A matéria limita-se, desse modo, ao factual e não oferece elementos que contribuam para a formação do leitor.

Tema: Experiência do IFMA junto ao IELTS e TOEFL presente no IV Fórum de Línguas Estrangeiras

Data: 08 de maio de 2012

Autor: Valdália Andrade

Descrição

A notícia trata de trabalho científico de professores do IFMA – Campus São Luís – Monte Castelo inserido na programação do IV Fórum de Línguas Estrangeiras, realizado na Universidade Federal do Pará, que teve como objeto de pesquisa uma experiência da própria instituição no ensino da língua inglesa.

Análise

O título da matéria dá sinais do enquadramento emprestado ao assunto. Novamente, a promoção institucional ganha mais destaque do que o conhecimento produzido pela pesquisa divulgada. O sujeito da notícia é a experiência do IFMA na preparação de alunos que se candidataram ao programa federal Ciência Sem Fronteiras. O discurso científico é tomado como elemento para legitimar e promover o trabalho de professores do instituto.

A proposta, a nosso ver, não é partilhar a experiência em si e o conhecimento gerado a partir dela. Na matéria, a jornalista nem relata propriamente como foi a experiência ou qual metodologia os professores utilizaram no ensino de língua estrangeira. O foco é o “benefício” proporcionado pelo IFMA aos 17 alunos aprovados nos testes de proficiência, ao oferecer curso preparatório.

Essa informação é relevante e poderia ser utilizada para contextualizar o assunto. Entretanto, o que ocorre é a supressão do próprio objeto da pesquisa: o professor como

facilitador na melhoria das habilidades linguísticas. O tema específico do estudo divulgado é apresentado em inglês e sem tradução: *Toefl / Ielts Proficiency Preparation Course: The Teacher as a Facilitator on the improvement of the Linguistic Macro-skills. A Study Case developed at IFMA as a request to attend the Requirements for the “Ciência sem Fronteiras” Program*. Quem não lê o inglês nem ao menos consegue identificar o que realmente foi investigado pelos pesquisadores.

A jornalista anuncia, ainda, o destaque do Campus Monte Castelo do IFMA em relação às demais instituições maranhenses. Ao dar voz a uma das pesquisadoras, a professora Jane Ewerton, a autora da matéria recorta o apoio institucional recebido pelo curso preparatório:

A ação docente dos professores tem contado com o apoio da Coordenação do CFs, da Pró-Reitoria de Extensão e Relações Internacionais e da Diretoria Geral do Campus Monte Castelo, complementa (ANDRADE, 2012).

No último parágrafo, a jornalista cita o evento científico no qual foi apresentado o estudo como espaço para “dividir conhecimento”, mas ela mesma não se ocupa de utilizar o jornalismo científico para fazer essa partilha.

5. Considerações Finais

A análise discursiva do jornalismo científico produzido pelo IFMA confirmou nossa hipótese de que as estratégias de promoção institucional sobressaem à divulgação científica. As temáticas são enquadradas, geralmente, de modo a promover os benefícios institucionais empreendidos por meio da pesquisa ou do apoio à produção de CT&I.

Esses aspectos indicam que a divulgação de ciência, pelo jornalismo científico, quando ocorre, não é promovida em bases democráticas e nem favorecem à formação da cultura científica.

A divulgação institucional tem primazia sobre a divulgação do conhecimento produzido na instituição, o que nos sugere um fazer jornalístico com propósitos educativos pouco consistentes, salvo a preocupação em prestação de contas pelos recursos públicos investidos na instituição.

Referências

AGUIAR, Sônia. O papel das universidades na midiaticização das ciências: cenários, processos e estratégias. In: *Midiaticização da Ciência: cenários, desafios e possibilidades*. Org.: Antônio Fausto Neto. Campina Grande: Eduepb, 2012. p. 15-40.

ALBERGUINI, Aure Cristina. *A ciência nos telejornais brasileiros: o papel educativo e a compreensão pública das matérias de CT&I*. Tese de Doutorado. São Paulo: Umesp, 2007.

ANDRADE, Valdália. Roberto Brandão defende uma gestão íntegra ao assumir a direção do IFMA. Disponível em: <<<http://www.ifma.edu.br/index.php/departamentos/4394-robotto-brandao-defende-uma-gestao-integra-ao-assumir-a-direcao-do-ifma>>. Acesso em: 13 set. 2012.

BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação Científica e Divulgação Científica: aproximações e rupturas conceituais*. Londrina, 2010.

CALDAS, Graça. Políticas públicas de CT&I e Sociedade: Brasil como novo player internacional. In: *Midiaticização da Ciência: cenários, desafios e possibilidades*. Org.: Antônio Fausto Neto. Campina Grande: Eduepb, 2012. p. 55-69.

CNCTI. Documento Referência. Brasília, 2010.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e Mudança Social*. Brasília: UNB, 2001.

IFMA conhece novo reitor ainda hoje. Disponível em: <<http://www.ifma.edu.br/index.php/departamentos/4044-ifma-conhece-novo-reitor-ainda-hoje>>. Acesso em: 4 jun. 2012.

KUNSCH, M. M. K. (Org.) *Obtendo resultados com Relações Públicas*. São Paulo: Pioneira, 1997.

MORAES, Cláudio. Roberto Brandão toma posse como reitor. Disponível em: <http://www.ifma.edu.br/index.php/departamentos/4374-robotto-brandao-to-ma-posse-como-reitor>. Acesso em: 10 set. 2012.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. *Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas*. São Paulo: Summus, 1986.

ZUCOLO, Rosana Cabral. Universidade: produção e divulgação do conhecimento. In: *Midiaticização da Ciência: cenários, desafios e possibilidades*. Org.: Antônio Fausto Neto. Campina Grande: Eduepb, 2012. p. 41-53