



Jornalismo hipermídia na divulgação científica: experiências e lacunas nos sites de universidades públicas e fundações de apoio à pesquisa do Nordeste¹

Sonia Aguiar²

Universidade Federal de Sergipe, Aracaju, SE

RESUMO

Um novo cenário de possibilidades de agendamento de temas científicos e tecnológicos na mídia vem se desenhando, nos últimos anos, a partir da mudança progressiva do perfil profissional dos jornalistas que atuam em assessorias de comunicação de universidades públicas e fundações de amparo a pesquisa (FAPs), e das facilidades dos recursos disponíveis na Internet para organização e difusão de informação. Este artigo descreve alguns indicadores dessa tendência, a partir de levantamento feito nos websites e portais de 30 instituições da região Nordeste. Mostra, no entanto, que a maioria delas ainda está em transição da segunda para a terceira geração do webjornalismo e que poucas utilizam os recursos hipermídia disponíveis na Web em práticas específicas de divulgação científica e para agendamento ou contra-agendamento da mídia.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo hipermídia; jornalismo científico; divulgação científica; contra-agendamento da mídia; assessorias de comunicação;

As universidades públicas do país vêm ganhando maior visibilidade na última década graças a pelo menos três fatores fundamentais: a mudança qualitativa no perfil dos jornalistas que trabalham em assessorias de imprensa ou de comunicação social, assinalada por diferentes autores desde os anos 1980 (CHAPARRO, 1987; BUENO, 1996; LAGE, 1999; FRANCO e BARONCELLI, 1999, apud REIS, 2002, p.33-39); o viés produtivista das políticas de pesquisa e pós-graduação adotadas desde a década de 1990, que obrigam à divulgação contínua de resultados frente aos investimentos governamentais nessas áreas; e as crescentes facilidades de organização e difusão de informação, bem como de produção midiática em diferentes formatos digitais propiciados pelo ambiente tecnológico da Internet, sobretudo se comparadas aos custosos e lentos processos de produção de veículos impressos.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 2009.

² Professora de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS): saguiar.ufs@uol.com.br



No entanto, as assessorias e agências de comunicação (Ascom/ Agecom) das instituições públicas de ensino superior ainda dedicam pouco tempo e espaço para a divulgação do conhecimento científico e tecnológico aí produzido. Esses setores – geralmente ligados aos gabinetes dos reitores ou a alguma área administrativa – costumam dar ênfase à comunicação institucional, predominantemente orientada pelas agendas dos principais dirigentes da instituição e pelas demandas cotidianas da comunidade universitária. Seus conteúdos são, por isso, fortemente marcados pela divulgação de eventos acadêmicos e de atos administrativos, a maior parte de interesse para o público interno. Práticas específicas de divulgação científica utilizando a variedade de recursos hipermídia disponíveis na Web ainda são raras no conjunto das universidades públicas brasileiras, sobretudo na região Nordeste.

Este trabalho apresenta resultados parciais de estudo ainda em andamento sobre as possibilidades de esse novo ethos do “jornalista de assessoria” renovar o padrão de divulgação da pesquisa acadêmica em ciências e tecnologias, a partir da combinação do jornalismo científico com o jornalismo hipermídia. Toma-se como ponto de partida a pesquisa realizada por Arley Reis para sua dissertação de mestrado, defendida em 2002, sobre como as assessorias de comunicação das universidades federais utilizavam os recursos digitais então disponíveis na Internet brasileira para fins de divulgação científica. Mas diferencia o seu escopo de observação ao incluir universidades públicas estaduais e fundações de amparo a pesquisa (FAPs), de importância crescente no fomento à pesquisa acadêmica fora dos grandes centros político-econômicos.

As ações de divulgação científica dessas instituições são observadas sob o referencial das disputas estratégicas pelo agendamento da mídia por diferentes setores da sociedade, nas quais a pesquisa científica e tecnológica ainda ocupa lugar periférico. Para fins de delimitação empírica, o estudo está focado no Nordeste brasileiro, que concentra as universidades públicas e FAPs mais jovens do país, e baseia-se no levantamento dos recursos de comunicação apontados por hiperlinks nas páginas iniciais dos sites ou portais de onze universidades federais³, dez estaduais/ regionais⁴ e das nove fundações estaduais de amparo a pesquisa da região (ver Tabela 1).

³ As do Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Pernambuco, Paraíba, Alagoas, Sergipe e Bahia, além da Rural de Pernambuco e a de Campina Grande.

⁴ As estaduais do Maranhão (UEMA), Piauí (UESPI), Ceará (UECE), Rio Grande do Norte (UERN), Paraíba (UEPB) e Pernambuco (UPE), mais a Regional do Cariri (URCA) e as estaduais subregionais da Bahia: UESB (Sul da Bahia), UEFS (Feira de Santana) e UESC (Santa Cruz).



Divulgação científica é entendida, aqui, como todas as iniciativas que visem tornar públicos os resultados, os processos e as políticas de produção científica e tecnológica por diferentes meios e métodos e para públicos diversos. Nesse sentido, abrange tanto as ações de popularização da ciência e de educação científica – seja no ensino regular ou em atividades extra-escolares – quanto o que se denomina jornalismo científico, isto é, a veiculação de notícias e reportagens em diferentes mídias, sejam elas direcionadas para uma audiência de massa ou segmentadas por públicos e interesses específicos.

Com base em autores consolidados no campo, propõe-se aqui uma distinção das modalidades de jornalismo praticadas na Internet, não pelas suas “fases” (primeira, segunda e terceira geração), conforme sistematizado por Palacios e Machado (2003), mas pelo padrão de incorporação às práticas jornalísticas dos recursos tecnológicos disponíveis para este ambiente: jornalismo online refere-se à veiculação de conteúdos em “tempo real” (como as transmissões ao vivo de rádio digital e Web TV, e o noticiário atualizado par e passo aos acontecimentos, agora exponenciável pela ferramenta twitter); webjornalismo refere-se à organização e veiculação de conteúdos textuais em interface gráfica associada ao uso de hiperlinks e ferramentas de banco de dados (BDs); e jornalismo hipermídia refere-se à integração mais abrangente e dinâmica de todos os recursos midiáticos em ambiente digital (notícias online, webjornal, webrevista, impressos digitalizados em pdf, webtv, rádio digital, banco de fontes, banco de pautas etc, interconectados por hiperlinks).

O jornalismo e a institucionalização da área de ciência e tecnologia

O jornalismo científico começou a ser debatido de forma mais sistemática, no Brasil, no início da década de 1980, no contexto de um movimento pela retomada do Estado nacional desenvolvimentista e de direito, e pela (re)democratização das instituições. Nesse momento já emergiam as críticas a um padrão de jornalismo científico não comprometido com a democratização do conhecimento, a serviço de uma ciência mais preocupada em gerar tecnologias e processos para reprodução do capital do que empenhada na melhoria da qualidade de vida da maioria da população brasileira. Daí a sua ênfase nas chamadas “ciências duras” e nas pesquisas aplicadas. As matérias eram mais centradas nos cientistas considerados “notáveis”, com poder de autoridade sobre um conhecimento altamente especializado, do que em temas científicos e tecnológicos de interesse nacional e social, e eram pautadas a partir de uma relação direta (e personalizada) entre pesquisadores e jornalistas.



A política científica e tecnológica era altamente concentrada no poder federal e comprometida com projetos de crescimento econômico e com a “modernização conservadora”. O fomento à pesquisa seguia o mesmo modelo, com fundações de amparo implantadas apenas nos estados de São Paulo (Fapesp, 1962), Rio Grande do Sul (Fapergs, 1964), Rio de Janeiro (Faperj, 1980) e Minas Gerais (Fapemig, 1985). As FAPs só deslancharam a partir da Constituição de 1988, que criou uma artigo facultando aos estados a vinculação orçamentária do setor de C&T e do estímulo às atividades de fomento à pesquisa. Até então, desenvolvimento regional raramente era associado a inovação científica e tecnológica, e muito menos a meio ambiente e desenvolvimento sustentável – questões que só emergem nos anos 1990.

Vinte anos depois, algumas mudanças alteraram significativamente uma parte dessa história. Há FAPs na grande maioria dos estados brasileiros, incluindo todos os do Nordeste (criadas entre 1989 e 2005)⁵, embora na Região Norte apenas o Amazonas e o Pará tenham implantado esse modelo de Fundação, em 2007 e 2008 (respectivamente Fapeam e Fapespa). O Amapá tem uma Fundação de Apoio à Pesquisa e à Cultura ligada à Universidade Federal do Amapá (Fundap, 1994); Roraima criou a Fundação Estadual do Meio Ambiente, Ciência e Tecnologia em 1991, mas só regulamentada em 2003, mesmo ano em que o Acre criou o Fundo de Desenvolvimento Científico e Tecnológico; Rondônia não possuía sequer uma secretaria estadual para o setor de C&T até a conclusão deste artigo.

Tabela 1 – FAPs da região Nordeste por ano de fundação⁶

Ano	Sigla	Estado	site
1989	Facepe	Pernambuco	http://www.facepe.br/
1990	Fapeal	Alagoas	http://www.fapeal.br/
1990	Funcap	Ceará	http://www.funcap.ce.gov.br/
1992	Fapesq	Paraíba	http://www.fapesq.rpp.br/web/
2001	Fapesb	Bahia	http://www.fapesb.ba.gov.br/
2003	Fapema	Maranhão	http://www.fapema.br/
2003	Fapern	Rio Grande do Norte	http://www.fapern.rn.gov.br/
2005	Fapitec/SE	Sergipe ⁷	http://www.fap.se.gov.br/
s/d	Fapepi	Piauí	http://www.fapepi.pi.gov.br/

⁵ As relações entre as fundações de apoio e as instituições federais de ensino superior e de pesquisa científica foram regulamentadas em 2004, pela Lei Nº 8.958.

⁶ Dados coletados nos respectivos sites em junho de 2009; a FAP do Maranhão foi inicialmente criada por decreto em 1990, extinta em 1998 e recriada em 2003, segundo o site da Fundação..

⁷ Nesse Estado funciona também a Fapese - Fundação de Apoio à Pesquisa e Extensão de Sergipe, uma organização não-governamental fundada em 1993, que tem como “instituidores”: Universidade Federal de Sergipe (UFS), Instituto Euvado Lodi (IEL), Companhia de Desenvolvimento Industrial e de Recursos Minerais de Sergipe (Codise), Companhia Vale do Rio Doce (CVRD), Petróleo Brasileiro S/A (Petrobrás) e Banco do Estado de Sergipe S/A (Banese).



Ainda que várias FAPs sejam movidas por um viés produtivista de inovação, essas fundações vêm articulando suas ações “de baixo para cima”, através de um conselho nacional (Confap)⁸, que em 2008 anunciou a ampliação de investimentos em difusão e popularização da ciência e tecnologia, além de incentivo a programas e prêmios de jornalismo científico como forma de fortalecer suas ações. Na época, o presidente da entidade, Odenildo Sena, manifestou publicamente sua indignação pelo fato de a mídia nacional ter ignorado quase completamente um prêmio internacional concedido ao neurocientista brasileiro Miguel Nicolelis, enquanto a revista *Scientific American* concedeu-lhe matéria de capa.

Sabe-se que em países que hoje são grandes referências no avanço da ciência e da inovação tecnológica e em outros que, nos últimos anos, têm surpreendido o mundo, como China, Índia e Coréia, o papel da imprensa foi e tem sido fundamental como mobilizador da sociedade, contribuindo, assim, para a criação e consolidação do que se pode chamar de cultura do investimento nessa área. Quanto mais a população tem conhecimento da importância e dos impactos da ciência no seu dia-a-dia, como ao tomar um analgésico ou ao acionar o interruptor de uma lâmpada, para ficar em duas situações tão comuns, mais ela se torna cúmplice dessa premente necessidade, o que resulta em mais pressão junto aos governantes. É deplorável que a mídia nativa, para usar uma expressão do jornalista Elio Gaspari, continue na contramão da história, negando-se a cumprir uma pequena fatia de seu papel social. (Confap, 26/06/2008, disponível em <http://www.confap.org.br/node/30>).

Esse processo de institucionalização local e regional das áreas de ciência e tecnologia (C&T), propiciado pela retomada do Estado de Direito no Brasil, coincide com um processo de mudança também na atuação dos profissionais de comunicação. Durante a ditadura militar, as assessorias de imprensa – sobretudo as de órgãos governamentais – eram menosprezadas pelos “jornalistas de redação”, vistas como uma função de relações públicas, que defendiam o ufanismo nacionalista do “ame-o ou deixe-o”, e por isso seriam sempre transmissoras de informações tendenciosas.

Com a redemocratização do país, porém, as assessorias de comunicação (não mais apenas de imprensa) foram absorvendo uma parte importante do mercado de trabalho jornalístico brasileiro, “distribuído por todas as atividades econômicas, o que inclui os órgãos da administração pública, em todos os níveis” (REIS, 2002, p.34). Desde então, as universidades públicas – responsáveis pela maior parte do que se pesquisa no país –, e as fundações estaduais de fomento vêm progressivamente reorganizando seus setores de comunicação em bases mais profissionais. Particularmente nas regiões Norte e

⁸ Criado em 2007, agrega fundações de 22 estados mais o Distrito Federal, das quais a mais recente é a do Pará (2008); até junho de 2009 ainda não tinham FAPs os estados de Rondônia, Roraima, Amapá e Tocantins (ver em <http://www.confap.org.br/>).



Nordeste, alguns desses assessores têm tido um protagonismo fundamental na tão cobrada aproximação entre jornalistas que cobrem C&T e a comunidade científica. No entanto, ainda permanecem mais reativos do que ativos nesse contexto. Ou seja, agem mais sob demanda dos profissionais de redação, em vez de criarem oportunidades de agendamento da mídia a partir das demandas de divulgação científica das próprias instituições que assessoram, com apoio dos recursos tecnológicos de informação e comunicação atualmente disponíveis.

Disputas pelo agendamento da mídia

As estratégias de diferentes setores da sociedade brasileira para pautar a mídia e não, simplesmente, serem pautados por ela, têm sido alvo de estudos recentes, que buscam ampliar o conceito original de *agenda-setting*, de Maxwell McCombs e Donald Shaw (1972)⁹, seja no sentido da interdependência entre fontes institucionalizadas e veículos (MATTOS, 2004) ou das táticas de contra-agendamento de atores sociais para a mídia (ROSSY, 2007). “As fontes institucionais organizadas e profissionalizadas são as que mais têm acesso aos meios de comunicação, constituindo um importante sustentáculo das relações de poder instituídas”, observou Mattos (2004), em pesquisa sobre o agendamento mútuo de dois jornais de Londrina (Paraná) e a Câmara Municipal. Por outro lado, a atuação do chamado “terceiro setor” tem sido responsável, segundo Rossy (2007, p.5), “pela inserção na esfera pública de temas sociais e projetos de intervenção locais bem-sucedidos que, com a devida promoção e visibilidade midiática, podem ser replicados e, assim, oferecer uma perspectiva de mudança social”.

Se é inegável que a mídia de massa influencia os assuntos sobre os quais o público pensa e conversa, e que formata boa parte do senso comum no mundo contemporâneo, é importante também observar os “vazios” de informação que ainda há nos meios de comunicação sobre temáticas relevantes para a qualidade de vida das populações e o desenvolvimento sustentável e equitativo das diferentes regiões do país, como é o caso das ciências e tecnologias. A experiência dos movimentos sociais contemporâneos na utilização dos meios de massa para se apresentarem ao público mostra que, “apesar do caráter instrumental da comunicação midiática” e do seu domínio pelos interesses comerciais, pode haver “espaço para reflexão no interior do sistema midiático” (HANSEN, 2006). Essa brecha deve-se à constatação de que, “para atender às

⁹ A teoria do agendamento (como a *agenda-setting* é traduzida em português) não é descolada dos interesses das empresas de comunicação. Antes de se integrar ao corpo docente da Universidade do Texas, em 1985, por exemplo, McCombs dirigiu o Centro de Pesquisas de Notícias da Associação Americana de Editores de Jornais.



demandas comunicativas da democracia, a esfera pública precisa permanecer atenta e permeável às demandas e problemas da sociedade” (idem, p.9).

“De forma breve, a esfera pública (geral ou ampliada) pode ser definida como o espaço simbólico da luta por influência para a formação discursiva da opinião pública e da vontade política” (idem, p.10). Já “a esfera de visibilidade pública midiática seria aquela constituída pelo conjunto de emissões das mídias, em suas diversas modalidades (MAIA, 2003, apud HANSEN, p.10), marcada por um “caráter tecnicamente mediado de suas interações”.

(...) a esfera pública de visibilidade midiática se apresenta, também, como um espaço discursivo em que os diferentes atores sociais lutam por influência, o que a constitui como um dos espaços em que os conflitos sociais são travados e ganham ressonância social. (...) dadas as históricas inter-relações entre os meios de comunicação de massa com o modo de produção capitalista e com a formação do Estado moderno, é preciso considerá-los também como veículos gerais das relações sociais de produção, consumo, de intercâmbio, de reprodução e de construção de hegemonias nas sociedades contemporâneas ocidentais (HANSEN, 2006, p.11).

Diferente do “terceiro setor”, que busca atrair a atenção da mídia através da mobilização social para, em seguida, conquistar adesão e a conseqüente ressonância de suas temáticas no debate público, a pesquisa científica e tecnológica exige, cada vez mais, a mediação organizada e profissionalizada de jornalistas capacitados para atuar como interface entre os produtores do conhecimento e aqueles que detêm o controle decisório sobre os processos de produção jornalística. Se pensadas a partir das perspectivas da comunicação pública da ciência e do direito humano à informação, as práticas jornalísticas de divulgação científica pautadas pelo interesse público, e não meramente institucional, também poderiam ser enquadradas como contra-agendamento.

O contra-agendamento parte do pressuposto de que o agendamento também pode partir da sociedade para a mídia, uma perspectiva diferente da até então adotada e que privilegiava a produção de efeitos a partir de um emissor sobre uma audiência massiva.

Essa nova perspectiva supõe que em uma sociedade democrática e plural há também uma constelação de *sujeitos coletivos* e de respectivos *lugares de fala* [grifos da autora], não isolados ou encastelados em nichos corporativos, mas intersujeitos argumentativos, promotores e advogados de direitos e causas. (ROSSY, 2007, p.6)

Contra-agendamento, neste contexto, diria respeito sobretudo a mudanças significativas nos fluxos hegemônicos de informação sobre C&T no Brasil, não meramente aos conteúdos veiculados. No caso específico do Nordeste, significaria reorientar a pauta da cobertura sobre ciências e tecnologias produzidas em âmbito regional de modo a gerar



um contrafluxo no fluxo hegemônico de informações dos “centros” para as “periferias”. Implicaria construir uma nova dinâmica na relação com a chamada “grande mídia” do país, de forma a mostrar-se ao “outro” como a região gostaria de ser vista, diferenciando o olhar endógeno do olhar “estrangeiro”. Caberia também nesta visão de contra-agendamento promover fluxos inter e intra-regionais, nos quais a região olhasse para si, buscando o conhecimento que está sendo produzido sobre ela em seu próprio território e externamente, agregando, assim, os conhecimentos dispersos que podem levar o público a uma percepção mais orgânica da ciência regional. Ou seja, dos saberes “identificados com as demandas regionais, que desemboquem em desenvolvimento sócio-econômico (sic) e cultural convergente com as peculiaridades regionais e com os anseios da população” (WEIGEL, Peter, 2001, p.76).

Este redirecionamento justifica-se pela desigualdade observável na imprensa brasileira entre o tratamento dado à produção científica e tecnológica das regiões economicamente mais ricas e detentoras dos centros decisórios do país e aquelas consideradas periféricas, tanto em termos de desenvolvimento quanto de conhecimento. Mesmo quando o veículo de comunicação parece querer destacar aspectos positivos de um desenvolvimento tecnológico regional quase invisível ao Brasil cosmopolita, a narrativa contraditória resvala nos clichês do “olhar estrangeiro”, como numa das retrancas da matéria de capa da revista Carta Capital de janeiro de 2008. Sob o título SERTÕES, 2007, e a abertura “Desenvolvimento – exemplos na área do conhecimento científico e da cultura mostram um Nordeste colado à contemporaneidade”, a reprodução do quadro Os Retirantes, pintado por Cândido Portinari “há décadas”, reforça a visão sempre reiterada de seca e miséria, ainda que apresentado na legenda como “velha imagem” e “mero estereótipo”. Reforçando a dubiedade da edição, um “olho” logo abaixo dessa imagem destaca a seguinte frase do antropólogo Hermano Vianna: “A região é isso há muito tempo. Talvez seja nova a percepção de massa do diálogo entre tradição e modernidade”.

Comunicação institucional e divulgação científica

A perspectiva da comunicação integrada, que dominou a literatura sobre assessoria de imprensa e comunicação empresarial antes de essas duas áreas serem invadidas pela “gestão de crise”, tem como principal objetivo dar visibilidade à imagem institucional, e é adotada pela maior parte das assessorias de comunicação das universidades públicas pesquisadas para este artigo, embora poucas a explicitem. O estudo de que trata este artigo visa identificar, dentro da comunicação institucional, ações específicas de



divulgação científica realizadas pelas Ascom/Agecom de universidades públicas e FAPs da região Nordeste, que combinem jornalismo científico com o ainda emergente jornalismo hipermídia ou, pelo menos, com o webjornalismo de terceira geração.

Segundo Susana Barbosa (2005), o webjornalismo é a modalidade na qual as novas tecnologias já não são consideradas apenas como ferramentas, e sim, como constitutivas dessa prática jornalística. Uma das características básicas do webjornalismo de terceira geração é a “superação da metáfora do impresso para criação de web sites jornalísticos a partir da utilização de bases de dados para a estruturação e organização das informações” (idem, p.2).

De um modo geral, caracteriza-se a terceira geração [do webjornalismo] como uma fase de base tecnológica ampliada, acesso expandido por meio de conexões banda larga, proliferação de plataformas móveis, redação descentralizada, uso de bases de dados, adoção de sistemas que permitam a participação do usuário, produtos criados originalmente para veiculação no ciberespaço, conteúdos dinâmicos formatados em narrativas multimídia, e experimentação de novos elementos conceituais para organização da informação, assim como de novos gêneros (BARBOSA, 2005, p.3).

Na concepção aqui proposta, o jornalismo hipermídia daria um passo adiante nessa modalidade ao incorporar reportagens e documentários audiovisuais originalmente produzidos em formato digital, ou digitalizados, disponíveis para reprodução imediata a partir de hiperlinks integrados aos conteúdos hipertextuais. No caso das instituições aqui pesquisadas, seriam enquadradas nessa concepção transmissões ao vivo da programação regular de rádios e TVs universitárias conectadas aos destaques das páginas iniciais dos websites e visualizáveis em interface compatível com a de uma webtv.

Neste levantamento, realizado em 21 universidades públicas e nove FAPs do Nordeste, foram consideradas notícias e reportagens de divulgação científica aquelas que se referem explicitamente a iniciativas, processos, resultados, premiação, patenteamento, etc de trabalhos de pesquisa, estudos acadêmicos, inovação e aplicações tecnológicas realizados por professores da instituição ou por alunos sob orientação (teses, dissertações, artigos publicados, Pibic, TCC etc), em qualquer área de conhecimento, bem como encontros de pesquisadores e/ou especialistas (seminários, congressos, colóquios etc) e ações de fomento (por parte da própria universidade ou de outros agentes). Esse tipo de conteúdo não passou de 35% das notícias veiculadas na página inicial dos sites de nenhuma das 21 universidades, ficando, em média, nos 15%.

Do ponto de vista da mediação tecnológica, observou-se a convivência em sites da mesma instituição de características do webjornalismo de segunda e terceira gerações,



como a veiculação de jornais impressos em formato pdf (sem uma versão para visualização direta na Web produzida em gerenciador de conteúdos) e a permanência de informações desatualizadas não referenciados como arquivo¹⁰.

Tabela 2 – Recursos de comunicação digital disponíveis nos sites/ portais das universidades públicas do Nordeste a partir das suas páginas iniciais

Recursos para divulgação de C&T online	Universidades públicas do NE que utilizam*
Notícias atualizadas em bases de dados (BD)	UFMA, UFPI, UFRN, UFCG, UFPB, UFRPE, UFAL, UEMA, UESPI, UECE, URCA, UERN, UEPB, UPE, UESB, UEFS, UESC
Agenda de eventos organizada em BD	UFMA, UFPI, UFC, UFRN, UFPE, UFAL, UEMA
Reportagens disponíveis na Web	UFRPE
Clipping eletrônico disponível na Web	UFPB, UFRPE,
Clipping eletrônico enviado por email	UFRN, UFAL,
Banco de pautas	UFPE
Banco de fontes	UFPI, UFRN, UERN
Boletim ou jornal enviado por email	UFC, UFRN, UFPB, UFPE, UFAL,
Periódico impresso disponível em pdf	UFC, UFPE, UFAL, UERN, UPE (2), UESB, UESC
Difusão de notícias em RSS	UFC
Rádio universitária disponível online	UFMA, UFC, UFRN, UFPE (FM e AM), UEPB, UEFS ¹¹
TV universitária disponível online	UFRN, UFPB, UFBA ¹²

* Dados apurados em 26/06/2009

No ambiente das FAPs também ainda predominam a abordagem de comunicação institucional, focada na demonstração gerencial, e o webjornalismo de transição. Apenas os sites da Fapema (Maranhão), Funcap (Ceará), Fapern (Rio Grande do Norte), Fapitec (Sergipe) apresentam iniciativas específicas de divulgação científica. A Fapema produz a Revista Inovação (disponível para download) e os programas Rádio Inovação (ainda não conectado à Web) e Momento Ciência (de TV); a Funcap criou um subsite específico para divulgação científica; a Fapern edita a Revista Ciência Sempre (2 mil exemplares) e promove a Mostra Curta Celular, o Prêmio Fapern de Jornalismo e a Semana Potiguar de C&T; e a Fapitec instituiu o Programa de Comunicação Científica e Tecnológica (Procit). A forma como essas FAPs apresentam suas ações deixa claro a preocupação em dar visibilidade pública midiática à produção regional de C&T.

Divulgação científica na era das bases de dados

¹⁰ Dois exemplos: a edição do Jornal da UFRN disponível em junho de 2009 exibia uma “agenda da UFRN” com eventos de novembro e dezembro de 2008 (<http://www.agecom.ufrn.br/conteudo/jornal/jornal.php>); A Agecom da UFPE mantinha em sua página link para o jornal ComuniCampus online, sem nenhuma indicação de que se trata da última edição do jornal que foi veiculado entre outubro de 2001 e março/abril de 2003, conforme se constata após clicar em “edições anteriores” na barra de navegação do jornal (<http://www.ufpe.br/ascom/cconline/ea.html>).

¹¹ O site da Universidade Federal de Sergipe não tinha link para a Rádio UFS em junho de 2009.

¹² O que a UFMA chama de TV Web na verdade é uma gravação digital de um evento; a UFC TV é uma revista eletrônica de caráter institucional, com meia hora de duração, que vai ao ar pela TV Ceará aos domingos.



Segundo Barbosa (2005, p.2), estudos de pesquisadores como Raymond Colle (2002); António Fidalgo (2003, 2004); Elias Machado (2004a, 2004b); Cláudia Quadros (2004); e Walter Lima Júnior (2004), convergem para o reconhecimento das bases de dados (BDs) como um formato que demarca a diferença paradigmática entre as formas tradicionais de jornalismo e o webjornalismo. De acordo com Machado (2004^a, apud BARBOSA, 2005, p.2), as bases de dados possibilitaram a criação de um formato jornalístico com estatuto próprio, desempenhando três funções simultâneas e complementares: a) de formato para a estruturação da informação; b) de suporte para modelos de narrativa multimídia; e c) de memória dos conteúdos publicados.

De fato, quase todas as páginas de Notícias do sites pesquisados são organizadas em BDs, mas poucas oferecem opções de navegação e busca de notícias além da sequência de páginas numeradas e ordenadas da mais atual para a mais antiga, como faz a UFPE. Esta é também a única das instituições pesquisadas que produz um Banco de Pautas (<http://www.ufpe.br/new/pauta.php>), vinculado ao Boletim de Notícias. São 15 pautas por página, que podem ser navegadas pela numeração no rodapé ou via busca por palavra-chave; o texto é assinado por jornalista da Ascom e traz nome e email da fonte de referência para o tema na universidade.

Outra ferramenta fundamental para o agendamento da mídia que ainda é utilizada por apenas três das instituições pesquisadas é o Banco de Fontes (BF). Viabilizada pelas ferramentas de BD, este recurso propicia um desafogo nos gargalos de atendimento da assessoria, ao mesmo tempo em que dá visibilidade à dimensão e ao perfil do corpo de pesquisadores e especialistas da instituição, além, obviamente, de agilizar o trabalho dos jornalistas de redação. O BF da UFPI¹³ é organizado a partir de uma lista de mais de 30 temas clicáveis, que levam a uma página com os nomes dos especialistas cadastrados, cujos nomes estão conectados a uma ficha de dados como no exemplo abaixo:

Nome: Adeodato Ari Cavalcante Salviano **Área:** Engenharia Agrícola e Solos
Titulação: Doutor **Departamento:** Engenharia Agrícola e Solos **Fone (do trabalho):** 3215 5745 **E-mail (da UFPI):** asalviano@uol.com.br **Extrato curricular:** Doutorado em Agronomia (Solos e Nutrição de Plantas) [Esalq]. Universidade de São Paulo, USP, Brasil. Título: Variabilidade de atributos de solo e de crotalaria juncea em solo degradado do município de Piracicaba-SP, Ano de Obtenção: 1997. Orientador: Sidney Rosa Vieira. Grande área: Ciências Agrárias / Área: Agronomia / Subárea: Ciência do Solo / Especialidade: Manejo e Conservação do Solo. Setores de atividade: Desenvolvimento rural; Produção vegetal; Qualidade e Produtividade.

¹³ Banco de Fontes da UFPI: http://www.ufpi.br/areas_banco_fontes.php



No Rio Grande do Norte, tanto a universidade estadual quanto a federal oferecem recursos de acesso a fontes, embora nesta última, apenas a versão impressa formatada em pdf¹⁴. O Guia de Fontes da UERN (<http://www.uern.br/administracao/guiadefontes.asp>) permite busca por palavra-chave e recupera os especialistas relacionados à temática solicitada em diferentes departamentos, com neste exemplo:

Podem apresentar palestras sobre MEIO AMBIENTE (2 registros):

- [Prof. Ms. José Cristovão de Lima](#), Departamento de Economia, FACEM
- [Prof. Ms. Wendson Dantas de Araújo Medeiros](#), Departamento de Gestão Ambiental, FACEM

Podem ministrar oficinas e/ou treinamentos em MEIO AMBIENTE (1 registro):

- [Prof. Ms. Auris Martins de Oliveira](#), Departamento de Ciências Contábeis, FACEM

Podem dar entrevistas ou emitir opiniões sobre MEIO AMBIENTE (2 registros):

- [Prof. Esp. Franklin Roberto da Costa](#), Departamento de Geografia, C.A. P.FERROS
- [Prof. Ms. Wendson Dantas de Araújo Medeiros](#), Departamento de Gestão Ambiental, FACEM

Possuem outras competências referentes a MEIO AMBIENTE (1 registro):

- [Prof. Ms. Marcus Tullius Leite Fernandes dos Santos](#), Dep. de Direito, FAD

Duas outras funcionalidades de bases de dados para o agendamento da mídia em C&T que são utilizadas precariamente pelas universidades e FAPs são as agendas digitais de eventos científicos e os clippings eletrônicos. Um exemplo da primeira é a da UFPE (<http://www.ufpe.br/new/agenda.php>), embora esteja mais focada no público interno. Organizada por mês, oferece navegação bidirecional (anterior e próximo) e tem um link para formulário de inclusão online de evento e meios de contato com o cerimonial da universidade. Apenas UFRN e UFPB divulgam seus clippings em interface web¹⁵. O da federal da Paraíba, embora esteja organizado em base de dados, não possui um sistema de busca; a navegação é feita de página em página contendo 10 títulos cada (o mesmo das notícias da universidade, indicando a existência de uma programação “customizada” do gerenciador de conteúdos).

Divulgação científica com potencial hipermídia

Apenas seis, das 21 universidades públicas pesquisadas, possuem rádios universitárias com programação veiculada via interface web em seus portais (ver Tabela 2), das quais uma produz programa específico de temática científica: o Conexão UFPE Saúde,

¹⁴ O Guia de Fontes Científicas da UFRN foi produzido e publicado pela Editora em 2007, sem nenhuma vinculação com a Agecom.

¹⁵ Disponíveis em www.agecom.ufrn.br/conteudo/clipping/clipping.php e em www.agencia.ufpb.br/clipping.php.



veiculado ao vivo pela Rádio Universitária FM (<http://www.ufpe.br/new/radiotvu.html>) semanalmente, tendo como principais entrevistados médicos do quadro do Hospital das Clínicas da UFPE, com participação dos ouvintes (por telefone). Entre as nove FAPs, somente a Agência Ciência Alagoas (<http://ciencia.fapeal.br/>) produz notícias em áudio. Em audiovisual, observam-se duas iniciativas disponíveis nos sites analisados: o programa Conexão Ciência, veiculado pela TV UFPB (<http://www.conexaociencia.ufpb.br/conexaociencia/index.htm>); e o UFBA em Foco, que fazia divulgação científica, centrada em eventos realizados na universidade, usando linguagem jornalística com a técnica do narrador ausente, e agora está disponível apenas em arquivo digital no site da TV UFBA¹⁶. A emissora é “um programa institucional da Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal da Bahia, estabelecido desde 2000, em parceria com a NET, primeira operadora de TV a cabo em Salvador. Esta parceria viabilizou, em setembro 2001, o processo de articulação envolvendo a UFBA, a UNEB, a UCSAL e a UNIFACS, para a criação do Canal Universitário.” Entre as FAPs, apenas a do Maranhão produz o Momento Ciência (<http://www.fapema.br/mciencia/index.php>), apresentado como “um projeto pioneiro das Fundações de amparo à pesquisa do Brasil”, com objetivo de “levar aos telespectadores um programa de TV diferenciado que apresente pesquisas científicas e tecnológicas de forma interativa, inovadora, clara e acessível”.

Ainda no âmbito da integração entre as tecnologias audiovisuais e digitais, merecem atenção duas iniciativas isoladas. Uma é de boa webreportagem sobre C&T no Semiárido divulgada no site da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), a partir de uma área de navegação da página inicial do seu site denominada multimídia, com links para vídeos (<http://www.ufrpe.br/videos.php>). Produzida no formato do Youtube, é veiculada em duas partes utilizando técnicas de documentário. A outra é a Mostra Curta Celular da Fapern, que embora esteja sendo apresentada em uma interface ainda precária, demonstra o potencial de integração das novas linguagens hipermídia para ampliar a distribuição e o acesso a conteúdos científicos e tecnológicos.

Considerações finais

Em sua dissertação de mestrado, Reis (2002) concluiu, entre outros aspectos, que a divulgação científica não é uma atividade prioritária por parte das universidades

¹⁶ http://proxy02.pop-ba.rnp.br/videos/programa158/Prog158a_baixa.wmv



federais e que, na condição de principais produtoras do conhecimento científico e tecnológico no país, essas instituições deveriam também inovar seus processos de divulgação, explorando o potencial das novas tecnologias de comunicação para divulgar o conhecimento científico e tecnológico produzido por seus pesquisadores. Conclusão semelhante pode ser transportada agora para o âmbito regional, atribuindo-se a mesma responsabilidade às universidades públicas e às fundações de amparo a pesquisa.

Nota-se, em primeiro lugar, um divórcio entre a política de comunicação institucional – seja ela formal ou informal – e as demandas de divulgação científica dos grupos de pesquisa e programas de pós-graduação das universidades públicas. Observa-se a necessidade de criar interfaces e interações entre a comunicação institucional pensada pelas assessorias de comunicação sob a demanda dos dirigentes da instituição e a divulgação científica pensada do ponto de vista dos produtores de conhecimento e de inovação tecnológica – professores pesquisadores, doutorandos, mestrandos e bolsistas de iniciação científica – sob a demanda do interesse público e das instituições de fomento e apoio à pesquisa. Neste contexto, chama a atenção a existência de ações de divulgação científica desenvolvidas por iniciativa extra-comunicação, como o projeto de extensão Usina Ciência, da UFAL (<http://www.usinaciencia.ufal.br/>); o Pesquisador do Mês, da UFBA, série de entrevistas concedidas à Coordenação de Pesquisa, na Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação; e a página de notícias editada pela Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa (PROPGP) da UECE, utilizando o mesmo gerenciador de conteúdos e formato que o da página inicial do portal¹⁷. Em segundo lugar, reforça-se a ainda incipiente utilização dos recursos do webjornalismo de terceira geração pelos sites das instituições pesquisadas, com sua conseqüente distância do potencial do jornalismo hipermídia para a divulgação em C&T.

Do ponto de vista do agendamento (ou contra-agendamento) da mídia, sugere-se o intercâmbio de experiências entre os jornalistas de assessoria das instituições públicas de ensino e pesquisa e os das FAPs da região Nordeste para replicação das práticas bem sucedidas no uso de aplicações de bases de dados como o Banco de Fontes, o Banco de Pautas e o webclipping. As tecnologias digitais viabilizam também a cooperação de programas de rádio e TV, que poderiam ser veiculados através de um conceito de web

¹⁷ UECE, URCA e Funcap utilizam a mesma base tecnológica (aplicativos, funcionalidades) e estrutura de conteúdos e navegação do portal do governo do Estado do Ceará; é a página inicial deste que abre primeiro quando se digita o endereço das duas universidades (na barra vertical principal aparece a opção em destaque “ir para a UECE” ou “ir para a Urca”, dependendo pro onde o usuário entrou (as universidades são vinculadas à Secretaria de Ciência, Tecnologia e Educação Superior).



regional. O fomento ao trabalho em rede regional dessas instituições para produção de contra-fluxos de informação permitiria, muito provavelmente, o enfrentamento e a superação do padrão desigual de circulação do conhecimento.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Susana. **Bases de dados e webjornalismo**: em busca de novos conceitos. BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2005. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/barbosa-suzana-bases-de-dados-webjornalismo.pdf>

HANSEN, Messiluce da Rocha. **Esfera de visibilidade pública midiática, redes de comunicação e os atores coletivos da sociedade civil**. In: Anais do XXIX Congresso de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2006. Disponível em: www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1567-1.pdf

MACHADO, Elias **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2002. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>

MACHADO, Marcia Benetti e MOREIRA, Fabiane. **Jornalismo e informação de interesse público**. Famecos – Revista da Pós em Comunicação da PUC-RS, n.27, ago-2005. Disponível em: http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/27/27_marciamachado_fabianemoreira.pdf

MATTOS, Celso Moreira de. **Imprensa e Câmara: um estudo sobre o agendamento**. São Bernardo: Enciclopédia do Pensamento Comunicacional Latino-Americano (Encipecom), 2004. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/9/93/GT1Texto006.pdf>

PALACIOS, Marcos e MACHADO, Elias. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador, Calandra, 2003. 240 pág

PEREIRA, Fábio Henrique. **O agendamento da mídia online e o tratamento dispensado à cobertura da temática latino-americana no CorreioWeb**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2003. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/pereira-fabio-agendamento-correio-web.pdf>

REIS, Arley. **Assessoria de imprensa, jornalismo científico e jornalismo online**: levantamento do uso da Internet pelas universidades federais brasileiras em 2002. 116 fls. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002. <http://www.tede.ufsc.br/teses/PEPS2694.pdf>

ROSSY, Elizena. **Contra-agendamento: o Terceiro Setor pautando a mídia**. II Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 2007. Brasília: UNB, 2007. Disponível em: http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2007/gt_jmp-elizena.pdf

SILVA, Luiz Martins da. Sociedade, esfera pública e agendamento. In: BENETTI, Márcia; LAGO, Cláudia. (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

WEIGEL, Peter. **O papel da ciência no futuro da Amazônia: uma questão de estratégia**. *Parcerias estratégicas*, n° 12, setembro/ 2001, p.62-83. Disponível em: <http://ftp.unb.br/pub/UNB/ipr/rel/parcerias/2001/3382.pdf>