

---

## O jornalismo científico nas universidades públicas brasileiras a partir da perspectiva de quem o produz<sup>1</sup>

Carla de Oliveira TÔZO<sup>2</sup>  
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

### RESUMO

O objetivo deste artigo é compreender o porquê é importante para as universidades públicas produzirem jornalismo científico. Para isso há a realização de entrevistas com roteiro semiestruturado com 15 jornalistas de 12 instituições estaduais e federais de diferentes regiões do Brasil. As falas mostram que em muitos momentos essa prática mistura jornalismo com imagem institucional, pois para os profissionais sua realização é necessária porque é preciso: (1) fazer um jornalismo comprometido com a defesa da ciência e tecnologia, alicerçado nos direitos humanos e cidadania e (2) ter a incumbência de divulgar e cuidar da imagem da universidade perante a sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** universidade pública; ciência; jornalismo científico.

A história da origem das universidades no Brasil e no mundo é bastante complexa e passa por diversas fases, ou seja, está longe de ser construída de forma linear. No entanto, um marco dessa trajetória no Brasil é a Reforma Universitária de 1968, por meio da Lei 5.540, que afetou toda a organização política e pedagógica desses locais, colocando a relação entre o Ensino, a Pesquisa e a Extensão como formas de manter o fazer pedagógico, além de enxergá-los como espaços de poder e formação de consciência política e profissional.

Hoje, reconhecidamente, as universidades são grandes produtoras de conhecimento científico e tecnológico e precisam trabalhar esses três eixos: Ensino, Pesquisa e Extensão de forma equilibrada. Tendo em vista a importância da universidade como um centro gerador de ciência e tecnologia, Kunsch (1992) defende a necessidade da divulgação dessas pesquisas, seja através dos meios de comunicação de grande penetração, seja pelas próprias assessorias de imprensa das instituições. “[...] daí a importância de um sistema planejado de comunicação para difundir de forma eficiente e eficaz a sua produção

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, e-mail: [carla.tozo@alumni.usp.br](mailto:carla.tozo@alumni.usp.br).

---

científica e, com isso, abrir as suas portas a todos os segmentos da sociedade civil.” (Kunsch, 1992, pp.9-10).

A preocupação em entender e estudar as estratégias comunicativas das universidades para facilitar o acesso à ciência e à tecnologia não é recente. Kunsch (1992), Queiroz e Becker (2016), Bueno (2014, 2018), Fonseca (2019), Treulieb e Pessoni (2020) e Trevisol e Sousa (2023) são alguns dos(as) autores(as) que abordaram o tema.

Há no país diferentes realidades com estruturas comunicacionais desiguais por parte das universidades públicas. De um lado, há instituições que não oferecem a devida importância à divulgação científica. De outro, existem aquelas que enxergam essa necessidade e procuram atuar em duas frentes: (1) como uma ponte, sendo mediadoras entre os veículos de comunicação e as fontes internas de informação e (2) como produtoras de conteúdo informativo que é publicado nos canais oficiais da instituição.

É nessa perspectiva (das que fazem essa comunicação) que nasce o interesse em compreender como esse diálogo vem sendo feito, mas via canais de jornalismo científico. Para isso, foram realizadas entrevistas em novembro e dezembro de 2022 e janeiro e março de 2023 (Medina, 2008; Duarte, 2005) com 15 profissionais de 12 universidades públicas brasileiras (federais e estaduais)<sup>3</sup> de diversas regiões do Brasil<sup>4</sup> com roteiro semiestruturado.

A proposta era captar informações sobre o departamento de comunicação, equipe, veículos, rotina produtiva, dificuldades, entre outros, mas com o objetivo principal de observar porque a universidade deve fazer seu próprio jornalismo científico. O corpus é formado pela Universidade Federal do Pará (Norte), Universidade Federal de Sergipe (Nordeste), Universidade de Brasília e Universidade do Estado de Mato Grosso (Centro-Oeste), Universidade Federal de Uberlândia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Universidade Federal de São Paulo, Universidade de São Paulo (USP), Universidade

---

<sup>3</sup> O número de profissionais difere do total de universidades porque dependendo da instituição, havia mais de um produto e/ou profissional responsável. Na Universidade de Brasília foram entrevistadas duas profissionais e, na Universidade de São Paulo, três.

<sup>4</sup> Para chegarmos nessa seleção fizemos o levantamento de dados nos sites das 109 universidades públicas (federais e estaduais), de acordo com as categorizações pré-estabelecidas (nome, data de fundação, departamento de comunicação, veículos, pauta de ciências, entre outros), entre os meses de agosto e novembro de 2022. O principal fator, tanto no levantamento geral quanto na seleção final, era se a universidade comunicava claramente, em seu site, sua produção de jornalismo científico. Reconhecemos, portanto, que algumas instituições podem ter ficado fora da seleção final justamente por não fazerem uma comunicação clara de suas ações em seus sites. A região Sudeste tem mais instituições porque selecionamos quatro de São Paulo (Universidade de São Paulo, Universidade Estadual Paulista, Universidade Estadual de Campinas e Universidade Federal de São Paulo) e mais duas de outros estados (no Rio de Janeiro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro e em Minas Gerais, Universidade Federal de Uberlândia).

---

Estadual Paulista e Universidade Estadual de Campinas (Sudeste) e Universidade Federal de Santa Catarina e Universidade Estadual de Londrina (Sul).

Trata-se de uma pesquisa qualitativa (Martino, 2018) que tem como base teórica a discussão sobre divulgação científica e jornalismo científico (Bueno, 1985, 2010, 2022).

Para chegar a uma definição de jornalismo científico, Bueno (1985), em sua tese de doutorado parte do conceito de difusão científica. A difusão pode ser feita para especialistas (disseminação da ciência) ou público geral (divulgação da ciência). Assim, a divulgação científica permite a utilização de recursos, técnicas, processos e produtos como programas de rádio e televisão, jornais, revistas e sites, para a veiculação de informações para o público leigo (Bueno 2010).

Caberia ao divulgador, seja jornalista ou não, propagar esse conhecimento. Isso ocorre porque há a ideia de adaptar o discurso fechado e técnico do mundo dos cientistas e *traduzi-lo* em algo de mais fácil compreensão para o receptor não técnico, o não cientista (popularmente denominado leigo).

Na prática, a linguagem e a forma como a divulgação científica se apresentam para a sociedade têm características particulares, logo, de fato, não se trata apenas de traduzir o discurso científico. No caso da divulgação científica feita pela imprensa (jornalismo científico), há alguns aspectos que precisam ser considerados, pois “o jornalismo incorpora novos elementos ao processo de circulação de informações científicas e tecnológicas porque estabelece instâncias adicionais de mediação.” (Bueno, 2010, p.4).

No caso do jornalismo científico o objetivo principal é veicular fatos e informações de caráter científico e tecnológico que permitam ao cidadão comum estar em dia com o que acontece no universo da C&T&I (Bueno, 2022). Beltrão (1960), Bond (1962) e Hudec (1980), autores clássicos dos estudos sobre jornalismo, ressaltam que, independentemente da área de cobertura, o jornalismo tem alguns deveres, como: independência, exatidão e responsabilidade, cuja finalidade é difundir o conhecimento e orientar a opinião pública para a promoção do bem comum.

Como a ideia desse trabalho é compreender a práxis jornalística pela fala desses profissionais em suas respectivas instituições, opta-se por apresentar e analisar suas respostas seguindo a estrutura do *lead*, instrumento tão intrínseco ao universo dos jornalistas. Dessa forma, os tópicos estão organizados assim: o que (o que a universidade faz, produz); quem (os responsáveis pela produção); quando (periodicidade); onde (em que meio isso é publicado); como (rotina de produção) e por que (a razão de ser feito).

---

Devido ao limite de espaço destacamos apenas alguns desses pontos. No que se refere aos profissionais eles têm vasta experiência em redações da grande imprensa e/ou assessorias de organizações públicas ou privadas e, mesmo que alguns não tenham uma formação específica em jornalismo científico, têm mestrado e/ou doutorado, o que os aproxima da lógica (e o tempo) da ciência e dos pesquisadores.

A respeito da produção textual. As pautas de ciências costumam ser mais frias, ou seja, não têm a obrigatoriedade de serem publicadas com urgência. As pautas quentes estão mais relacionadas a agenda, eventos e, eventualmente, projetos de pesquisa e extensão com datas determinadas (bancas de defesa, premiações, publicações em periódicos, lançamento de livros) e ainda acontecimentos com alta repercussão na sociedade que necessitam de uma explicação, cobertura mais imediata, como foi com a pandemia de covid-19 e a campanha de vacinação.

Outro aspecto comum é a existência de uma pré-produção, quando há uma pesquisa prévia do que está acontecendo na universidade, por e-mail, na biblioteca, nas pró-reitorias, nos departamentos, nas faculdades. Os entrevistados afirmaram que costumam ler as pesquisas e/ou artigos para se inteirar melhor sobre a temática e pensar na abordagem do texto. Apesar de todos também consultarem as fontes especialistas (o pesquisador em si e/ou o orientador do projeto), essa cobertura, em muitos casos, acaba pecando porque as pautas não trazem a voz de personagens comuns ou mesmo de um olhar de fora da instituição.

Ao serem questionados sobre a importância de terem seus próprios canais de jornalismo científico, apareceram respostas como: “É o principal instrumento para fazer a divulgação da pesquisa, de tudo que a universidade faz”; “Prestar contas à sociedade sobre o investimento público que é feito, é prestação de serviço”; “A grande missão do jornalismo científico feito na universidade é dar visibilidade para a instituição enquanto um centro produtor de conhecimento e pesquisa, também é uma forma de prestação de contas”; “A importância é que quando a universidade divulga ciência e conhecimento ajuda a tornar as pessoas mais protagonistas dos seus direitos, fortalece a sua voz e permite o exercício da cidadania”; “É divulgar as pesquisas e ações da universidade que ajuda a qualificar as pessoas, a ampliar o conhecimento e a transformar a sociedade.”; “A universidade, em especial das universidades públicas, tem a obrigação de produzir esse tipo de jornalismo, esse tipo de conteúdo mais voltado para a ciência. Eu vejo a comunicação da ciência como um direito social.”; “A universidade é uma fonte de

---

informação embasada e respeitada e um jornal produzido dentro de uma universidade tem uma potência enorme porque exerce um jornalismo que não tem os constrangimentos e limitadores da grande mídia.”

Percebe-se nas falas uma clareza quanto aos cuidados com a prática jornalística, mas ao mesmo tempo, um entendimento de que esse tipo de jornalismo também é prestação de contas para com a sociedade, é o cuidado com a imagem da instituição, o que cria uma linha tênue entre o jornalismo científico e a imagem institucional. Mas para os(as) jornalistas o que está em jogo é a divulgação da ciência, é levar essa pesquisa para a sociedade. Isto posto, há a clareza de que seu trabalho segue os desígnios e as necessidades da opinião pública, não da Universidade. Há um código de ética que guia essa prática: compromisso com a verdade.

Não é a ruptura do modelo jornalístico vigente, mas é um jornalismo menos apressado e mais consciente no modo de enxergar e analisar essa produção com maior profundidade. “Não podemos errar porque somos a vitrine da universidade e nossas matérias são fontes de pesquisa”, disse uma das entrevistadas.

Por outro lado, há uma grande disparidade de infraestrutura: tamanho da equipe, acúmulo de funções e falta de recursos materiais e financeiros que limitam ou duplicam o trabalho. Como assim? Em instituições com equipe reduzida o(a) mesmo(a) profissional faz as pautas de jornalismo científico, as pautas institucionais e até a assessoria de imprensa, o que pode ser um problema caso a comunicação não seja pensada de forma estratégica pela gestão.

Mas mesmo que seja preciso executar várias tarefas, esses jornalistas compreendem que o setor de comunicação de uma instituição pública é estratégico para a conexão com a sociedade e, naturalmente, vestem a camisa de um jornalismo mais ético na busca por um conteúdo comprometido com a veracidade e a relevância social “Um serviço de comunicação, em qualquer tipo de organização só terá consistência e continuidade se for construído sobre bases sólidas, com políticas definidas e com o efetivo apoio da cúpula dirigente.” (Kunsch, 1992)

Para eles(as) o jornalismo científico possibilita o exercício de uma comunicação mais direta entre a comunidade científica e os cidadãos, mas não apenas como um intermediário e sim como um mediador que busca acrescentar valor à informação e a propor soluções.

---

## REFERÊNCIAS

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**: ensaio. Rio de Janeiro: Agir Editora, 1960.

BOND, F. Fraser. **Introdução ao Jornalismo**: uma análise do quarto poder em todas as suas formas. Tradução Cícero Sandroni. Rio de Janeiro, Agir Editora, 1962.

BUENO, W.C. Jornalismo científico: conceito e funções. **Revista Ciência e Cultura**, São Bernardo do Campo, v. 37, n. 9, p. 1420-1427, set. 1985.

\_\_\_\_\_. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**. Londrina, v.15, n. 1, especial, 2010, p.1-12. Disponível em: <[10.5433/1981-8920.2010v15n1espp1](https://doi.org/10.5433/1981-8920.2010v15n1espp1)>. Acesso em: 12 de jun. de 2021.

\_\_\_\_\_. A divulgação da pesquisa científica no Brasil: a visibilidade da pesquisa nos portais das universidades brasileiras. **Ação midiática - Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura**. Curitiba: UFPR. n. 7, 2014.p. 1-15.

\_\_\_\_\_. A divulgação científica no universo digital: o protagonismo dos portais, blogs e mídias sociais. In: PORTO, C., OLIVEIRA, K. E., and ROSA F., eds. **Produção e difusão de ciência na cibercultura**: narrativas em múltiplos olhares [online]. Ilhéus: Editus, 2018, pp. 55-67.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo Científico: teoria, prática e pesquisa**. São Paulo: JORCOM/Contexto Comunicação e Pesquisa, 2022.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005

FONSECA, André Azevedo. Comunicação das universidades ainda despreza interesse público. **Observatório da Imprensa**. São Paulo: 18 de jun. de 2019, edição 1042. Disponível em: <<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/ciencia/comunicacao-das-universidades-ainda-despreza-interesse-publico/>>. Acesso em: 30 de dez. de 2021.

HUDEC, Vladimir. **O que é o jornalismo**: essência, características, funções sociais e princípios de seu desenvolvimento. Tradução: Maria Manuel Ricardo. Lisboa: Editorial Caminho, 1980.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Universidade e comunicação na edificação da sociedade**. SP: Ed. Loyola, 1992.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de pesquisa em comunicação**: projetos, ideias, práticas. Rio de Janeiro: Vozes, 2018.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista**: o diálogo possível. São Paulo: Ática, 2008.

QUEIROZ, Giuliana B.R.de; BECKER, Valdecir. Jornalismo e divulgação científicos nas universidades brasileiras: análise de estratégias para facilitar o acesso à C&T. **Brazilian Journalism Research**. São Paulo, v.12, n°3, 2016, p. 178-197. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/888/860>> Acesso em: 23 de set. de 2023.

TREULIEB, Luciane; PESSONI, Arquimedes. Não basta pesquisar, precisa divulgar: desafios e perspectivas para o jornalismo científico nas universidades públicas brasileiras. In: Wilson da Costa Bueno. (Org.). **O Jornalismo na Comunicação Organizacional**: uma perspectiva crítica.

---

1ªed. São Paulo: JORCOM/ Contexto Comunicação e Pesquisa, 2020, v. 1, p. 76-93. Disponível em: <<https://jorcom.jor.br/e-book/>>. Acesso em: 23 de abr. de 2023.

TREVISOL, Nicole Pasini; SOUSA, Richard Perassi Luiz de. Jornalismo científico e o espaço de visibilidade da pesquisa nas assessorias de comunicação universitárias. *In: Anais do 32º Encontro Anual da Compós, 2023, São Paulo. Anais eletrônicos*. Campinas, Galoá, 2023. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/jornalismo-cientifico-e-o-espaco-de-visibilidade-da-pesquisa-nas-assessorias-de?lang=pt-br>>. Acesso em: 26 de jun. de 2024.