

O JORNALISMO CIENTÍFICO NAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS BRASILEIRAS COMO FORMA DE DEMOCRATIZAR A CIÊNCIA

SCIENCE JOURNALISM IN BRAZILIAN PUBLIC UNIVERSITIES AS A WAY
OF DEMOCRATISING SCIENCE

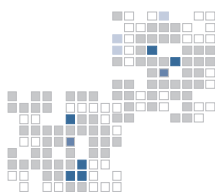
EL PERIODISMO CIENTÍFICO EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS
BRASILEÑAS COMO FORMA DE DEMOCRATIZAR LA CIENCIA

Carla de Oliveira Tôzo

■ Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (2024), integrante do JORNESP – Grupo de Pesquisa em Jornalismo Especializado, da ECA-USP, docente nos cursos de comunicação com passagens pela Universidade Nove de Julho (2007-2014) e Centro Universitário FMU|FIAM-FAAM (2015-2022).

■ Doctora en Comunicación por el Programa de Posgrado en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo (2024). Miembro de JORNESP (Grupo de Investigación en Periodismo Especializado) de la ECA-USP. Profesora en cursos de comunicación en la Universidad Nove de Julho (2007-2014) y en el Centro Universitario FMU|FIAM-FAAM (2015-2022).

■ E-mail: carla.tozo@alumni.usp.br



RESUMO

O objetivo geral deste artigo é identificar como as universidades públicas brasileiras têm contribuído para a democratização da ciência através de estratégias comunicativas como o jornalismo científico. Para isso, fizemos a análise de 109 sites a partir de 25 marcadores. Desse total, apenas 46 universidades tinham algum espaço para a pauta de ciências ou canais específicos de jornalismo científico. No entanto, os resultados demonstram uma prática muito clara de defesa da ciência e a busca por uma maior proximidade com o público visando a ampliação do acesso à informação científica e, em última instância, ao exercício da cidadania.

PALABRAS CLAVE: DEMOCRATIZAÇÃO DA CIÊNCIA; ACESSO AO CONHECIMENTO; JORNALISMO CIENTÍFICO; UNIVERSIDADES PÚBLICAS BRASILEIRAS.

ABSTRACT

The general aim of this article is to identify how Brazilian public universities have contributed to the democratization of science through communication strategies such as science journalism. To do this, we analysed 109 websites using 25 markers. Of this total, only 46 universities had any space for science topics or specific science journalism channels. However, the results clearly demonstrate a commitment to defending science and fostering closer engagement with the public, aiming to increase access to scientific information and, ultimately, to strengthen citizenship.

KEY WORDS: DEMOCRATIZATION OF SCIENCE; ACCESS TO KNOWLEDGE; SCIENCE JOURNALISM; BRAZILIAN PUBLIC UNIVERSITIES.

RESUMEN

El objetivo general de este artículo es identificar cómo las universidades públicas brasileñas han contribuido a la democratización de la ciencia a través de estrategias de comunicación como el periodismo científico. Para ello, analizamos 109 sitios web utilizando 25 marcadores. De este total, sólo 46 universidades tenían algún espacio para temas científicos o canales específicos de periodismo científico. Sin embargo, los resultados muestran una práctica muy clara de defensa de la ciencia y la búsqueda de una mayor proximidad al público para aumentar el acceso a la información científica y, en definitiva, el ejercicio de la ciudadanía.

PALAVRAS-CHAVE: DEMOCRATIZACIÓN DE LA CIENCIA; ACCESO AL CONOCIMIENTO; PERIODISMO CIENTÍFICO; UNIVERSIDADES PÚBLICAS BRASILEÑAS.



1 INTRODUÇÃO

Durante o período de emergência sanitária da COVID-19 ocorreu uma ampliação da propagação de desinformações científicas, questão que já vinha sendo alvo de atenção e preocupação por parte da comunidade científica.

No Brasil, sob a tutela de um grupo político apoiado pelo presidente da república Jair Bolsonaro (2019-2022), ocorreram a proliferação de desinformações sobre o aquecimento global, supostos malefícios das vacinas, defesa de medicamentos ineficazes para o tratamento do coronavírus, críticas à ciência, ao jornalismo e as universidades, além de diversos cortes e/ou redução de investimentos nas áreas de educação, ciência e pesquisa.

Na questão ambiental, de acordo com reportagem publicada no jornal Folha de S.Paulo (2021), tivemos um recorde de desmatamento na Amazônia e no número de queimadas. De 2018 para 2019 houve um aumento de 34% (com 10.129 km²) de desmatamento na Amazônia e de 2019 para 2020 foram desmatados 11.088 km².

Outros números foram a redução de 87% da verba do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) que fez com que o orçamento da Pasta científica caísse de R\$ 690 milhões para apenas R\$ 89 milhões em outubro de 2021 e a redução de mais de R\$ 1,7 bilhão do Ministério da Educação (MEC), sendo R\$ 244 milhões das universidades federais, em novembro de 2022. (Folha de S.Paulo, 2022)

Ao mesmo tempo também ocorreram duas situações no país: 1) cientistas, pesquisadores, instituições de pesquisa e universidades enxergaram a necessidade de fazer e/ou ampliar o diálogo com a sociedade, seja através de seus canais institucionais oficiais (sites ou redes sociais), seja na produção de produtos jornalísticos especializados; 2) revalorização significativa do jornalismo, em especial do jornalismo científico, à medida que parte da sociedade, ao buscar

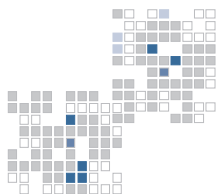
informações científicas confiáveis, verificáveis e fundamentadas em evidências, passou a recorrer com maior frequência a esse tipo de produção jornalística. Tal movimento ocorreu tanto nos conteúdos veiculados pela mídia tradicional quanto aqueles produzidos por universidades e instituições de pesquisa.

Além disso, a pesquisa Confiança na ciência no Brasil em tempos de pandemia¹, realizada em 2022, pelo Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e da Tecnologia (INCT-CPCT) identificou que médicos (60,1%), cientistas, especialmente aqueles ligados às universidades e instituições públicas (47,3%, dos quais 30,6% cientistas de universidades ou institutos públicos de pesquisa e 16,7%, cientistas que trabalham em empresas) e jornalistas (36,4%) eram fontes confiáveis de informação.

Esse artigo busca identificar se as universidades públicas brasileiras, por intermédio da prática de jornalismo científico, têm feito a divulgação da ciência, mesmo em período de crise e, para isso, parte de dois questionamentos: 1) As universidades públicas brasileiras mantêm algum canal de comunicação de jornalismo científico?; (2) Se sim, quais são suas características?

Esta reflexão situa-se na intersecção entre diferentes áreas do conhecimento, como o jornalismo, a ciência e a universidade, configurando-se como um objeto de fronteira por compartilhar e integrar saberes oriundos de distintos campos. Morin (2000, p.34) defende que a construção do conhecimento se dá pela invocação de saberes de diversas naturezas, de diversos campos do conhecimento. “[...] O conhecimento do todo necessita do conhecimento

¹ A pesquisa ouviu 2.069 pessoas com 16 anos ou mais, distribuídas entre diferentes municípios brasileiros e contou com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj).



das partes. [...]”.

Lopes (2018), por sua vez, afirma que toda pesquisa está submetida a condições sócio-históricas de produção, o que significa estar inserida em um contexto social, histórico, político, entre outros.

Como base teórica, partimos dos conceitos de divulgação científica (Bueno, 2009 e 2010; Rocha, Massarani e Pedersoli, 2017; Mora y Mora, 2003; Germano e Kulesza, 2007; Reynoso, 2012) e jornalismo científico (Bueno, 2009 e 2022).

A hipótese levantada é que as universidades reconhecem a necessidade de fazer a divulgação da ciência e, para isso, têm optado por utilizar estratégias comunicativas com a prática do jornalismo científico.

2. PERCURSO METODOLÓGICO

Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa (Alves-Mazzoti, 2001; Martino, 2018), que além do levantamento bibliográfico, fez a captura de dados (busca pela pauta de ciências) na *home* das universidades e/ou nos seus veículos de comunicação.

Para a identificação das universidades públicas (federais e estaduais) acessamos os dados do Censo da Educação Superior 2020², divulgados pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) e pelo Ministério da Educação (MEC), que apresentou em seu relatório um total de 2.608 instituições acadêmicas, sendo 2.306 privadas e 302 públicas. As instituições são classificadas administrativamente como faculdades (2.076), centros universitários (294), universidades (198) e Institutos Federais de Educação e Centros Federais de Educação Tecnológica (40).

Com base nessas informações, optou-se por

pesquisar e tabular somente as instituições públicas que utilizam a nomenclatura universidade e que são estaduais ou federais, ou seja, descartamos as universidades públicas municipais.

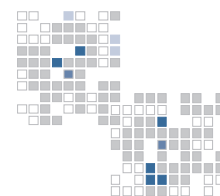
O levantamento das universidades federais seguiu a lista de instituições disponíveis na página da Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (Andifes). Já o inventário das universidades estaduais ocorreu nos sites do Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior (e-MEC) e Educabras.

O passo a passo consistiu em examinar os sites (Andifes, e-MEC e Educabras), verificar os nomes das instituições, anotar o endereço eletrônico de cada uma delas, acessar página por página e identificar como autodeclaravam as informações, principalmente às relacionadas a produção de jornalismo científico. Em ambos os casos criamos 25 marcadores³ (uma espécie de código) para orientar essa busca e, em seguida, categorias para determinar o que seria considerado ou não para a investigação científica (Sampaio; Lycarião, 2021).

Os marcadores foram: (1) Nome da instituição; (2) Sigla da instituição; (3) Data da fundação da instituição; (4) Região em que se localiza; (5) Estado; (6) Se tem site; (7) Link/endereço; (8) Características gerais do site; (9) Se separa notícias de caráter institucional das de caráter científico na *home*; (10) Indicação do Departamento/Setor de Comunicação; (11) Nomenclatura do setor de Comunicação; (12) Responsável pelo setor de Comunicação; (13) Contatos do Setor de Comunicação; (14) Descrição do Departamento/Setor de Comunicação; (15) Se produz jornal universitário; (16) Se há produção de jornalismo científico; (17) Quais características da produção

2 As informações foram publicadas primeiramente em fevereiro de 2020 e traziam menos instituições: 2.457. No entanto, os dados foram atualizados em outubro de 2022 com 151 instituições a mais.

3 Os resultados preliminares desse levantamento foram apresentados no DTI 12 – Estudos de Jornalismo do XVIII Congresso IBERCOM, XII Encuentro Nacional ABOIC, Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades, Licenciatura de Comunicación Social - Universidad NUR, Santa Cruz de la Sierra, de 26 a 28 de outubro de 2023.



de jornalismo científico; (18) Há um espaço próprio para a produção de jornalismo científico; (19) Link(s) desse(s) espaço(s) para o jornalismo científico; (20) Quais são os produtos de jornalismo científico; (21) Quais as características desses produtos; (22) Se há redes sociais; (23) Endereço das redes sociais; (24) Se há curso de jornalismo; (25) Observações gerais.

As tabulações das universidades federais e estaduais, de acordo com as categorizações pré-estabelecidas, ocorreram entre os meses de agosto e novembro de 2022, um ano bastante agitado para os brasileiros devido à realização da eleição presidencial e da Copa do Mundo. É importante lembrar que nesse período, nos sites de diversas universidades, havia um *banner* informativo sobre a lei eleitoral nº 9.504/97 que estabelece “que só os serviços essenciais à comunidade acadêmica seriam publicados”, o que acabou interferindo na produção/publicação de conteúdos jornalísticos nessas instituições.

Ao todo, identificamos os dados de 109 universidades, sendo 69 universidades federais e 40 estaduais⁴ distribuídas geograficamente: Norte (16); Nordeste (35); Centro-Oeste (11); Sudeste (27) e Sul (20). Com essas informações em mãos, foi possível compreender se havia e como estava organizado o departamento de comunicação e quais veículos eram produzidos.

3. DIVERSAS NOMENCLATURAS, MAS UM SÓ PROPÓSITO

Comunicação científica, disseminação

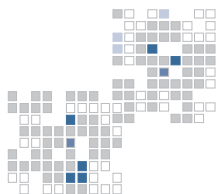
científica, cultura científica, alfabetização científica, popularização da ciência, vulgarização da ciência, divulgação científica, jornalismo científico, entre outros, são termos afins, mas com significados práticos bem diferentes a depender da região e dos autores.

Em 2017, a título de exemplo, as pesquisadoras Mariana Rocha, Luisa Massarani e Constanza Pedersoli, no artigo “La divulgación de la ciencia en América Latina: términos, definiciones y campo académico” – sem pretensões de criar uma definição ou limitação – fazem uma análise em 609 artigos acadêmicos de como os termos (divulgação científica, jornalismo científico, comunicação científica, popularização da ciência, entre outros) são utilizados na América Latina. Elas partem de conceitos propostos pelos(as) autores(as) latino-americanos Carmen Sánchez Mora y Ana María Sánchez Mora (2003), Marcelo Germano e Wojciech Kulesza (2007) e Elaine Reynoso (2012) que reconhecem “não existir consenso sobre o que cada um dos termos significa” e mostram que em um mesmo trabalho (artigo ou pesquisa) podemos encontrar mais de um significado e, muitas vezes, descrito como sinônimo de outro conceito.

Durante a realização dessa pesquisa identificamos a mesma situação. Cada universidade nomeia suas práticas comunicacionais de diferentes formas: divulgação científica, comunicação, divulgação, pesquisa, imprensa, jornalismo, jornalismo científico, entre outros. Mesmo com essa variedade de nomenclaturas, consideramos o que se configurava – na prática – como jornalismo científico com as características pertinentes à atividade jornalística.

Especificamente sobre os artigos produzidos no Brasil, Rocha, Massarani e Pedersoli (2017) mencionam que no começo dos anos 1980 era comum encontrarmos o termo comunicação da ciência, depois, no final dos anos 1980 e na

4 Historicamente a criação das universidades brasileiras estiveram concentradas nas mãos do governo federal que tinha mais recursos e, somente, na segunda metade do século XX é que os estados começaram a criar suas instituições de ensino superior. No entanto, a partir de 2007 com o Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (REUNI), o governo federal na busca por ampliar o acesso ao ensino superior público, acabou criando mais instituições federais, principalmente no interior do Brasil. Assim, temos no país mais universidades federais do que estaduais.



década de 1990, como resultado da criação da Rede de Popularização da Ciência e Tecnologia na América Latina e Caribe (RedPOP), passam a ser mais comum os termos popularização da ciência e divulgação científica. Já na penúltima década (2000 e 2010), divulgação científica passa a ser o termo mais utilizado.

Bueno (2009, 2010) define a divulgação científica como o conjunto de recursos, técnicas, processos e produtos — tais como filmes, espetáculos teatrais, histórias em quadrinhos, performances artísticas, exposições em museus e centros de ciências, mostras, feiras e produtos jornalísticos (rádio, televisão, jornais, revistas e sites) — utilizados para veicular informações científicas a públicos não especializados. Além disso, o autor destaca que a divulgação científica desempenha uma função essencial na sociedade: contribuir para a democratização e a ampliação do acesso ao conhecimento científico.

E o jornalismo científico? Para Bueno (2009, 2022), o jornalismo científico é um dos braços da divulgação científica, mas que obedece ao sistema de produção jornalística (pauta, fontes, periodicidade, entre outros).

[...] O Jornalismo Científico cumpre uma série definida de objetivos e funções, que podem ser resumidos em: a) veicular fatos e informações de caráter científico e tecnológico que permitem ao cidadão comum estar em dia com o que acontece no universo da C&T&I e b) propiciar o debate sobre o impacto da ciência, da tecnologia e da inovação no mundo do trabalho, na economia, na cultura, na sociedade e no cotidiano das pessoas. (Bueno, 2022, p.34)

No jornalismo científico, alguns princípios fundamentais do jornalismo convencional devem ser observados, tais como novidade, proximidade, relevância e universalidade, entre

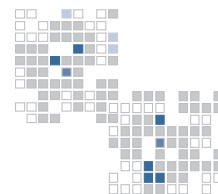
outros. Além disso, é necessário percorrer de forma adequada as diversas etapas do processo de produção jornalística, que compreendem, essencialmente:

[...] a escolha da pauta ou assunto, a captação das informações (que inclui a seleção e o acesso às fontes), a elaboração do texto ou discurso (notícia, reportagem, editorial, coluna) e a edição final (que define o formato final da matéria jornalística, com a inclusão de recursos que potencializam o acesso da audiência, como os títulos ou chamadas, as imagens, os links para leituras complementares). (Bueno, 2022, p.35)

Espera-se do divulgador científico, seja jornalista ou não, propagar (tornar público) o conhecimento produzido nos laboratórios, institutos de pesquisa, universidades, etc. Isso ocorre porque, em sua origem, havia a ideia de adaptar o discurso fechado e técnico do mundo dos cientistas (emissor) e **traduzi-lo** em algo mais simples para o receptor (público) não técnico, o não cientista (popularmente denominado leigo).

É aqui que consta a grande diferença. O jornalismo científico também faz a divulgação da ciência, mas por ser jornalismo – acima de tudo – necessita seguir os fundamentos que norteiam a prática. Espera-se do jornalismo científico uma postura crítica sobre o processo de produção e divulgação da ciência para evitar a propagação de informações desencontradas e/ou de ingênuas de que a ciência é mágica e resolve tudo em um estalar de dedos.

Nesse sentido, o jornalista que trabalha dentro da universidade está mais próximo do processo de produção da pesquisa, portanto, compreende melhor o tempo da ciência. Assim, acreditamos que o jornalismo científico, como uma das práticas da divulgação científica, produzido pelas (e nas) universidades pode ajudar, e muito, a



sociedade na proteção contra a desinformação e no acesso à informação científica de qualidade.

4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E ALGUMAS REFLEXÕES

Todas as universidades têm um site com informações sobre a história da instituição, departamentos, graduação, pós-graduação, projetos de extensão, serviços e notícias, entre outros. Mas apesar de indicarem a existência de um setor ligado ou responsável pela comunicação, nas figuras de um assessor de imprensa, assessor de comunicação, superintendente ou coordenador de comunicação, nem sempre a informação aparecia de forma clara sendo necessário navegar pela *home* e clicar em várias abas ou links para identificar adequadamente o setor e/ou os responsáveis.

A introdução de um setor especializado de comunicação na estrutura organizacional da universidade não é uma tarefa trivial, como já observava, nos anos 1990, a professora e pesquisadora Margarida Maria Krohling Kunsch. Em sua obra *Universidade e comunicação na edificação da sociedade* (1992), a autora já defendia que a universidade, enquanto centro sistematizado de produção de conhecimento, deve possuir um: “sistema planejado de comunicação para difundir de forma eficiente e eficaz a sua produção científica e, com isso, abrir as suas portas a todos os segmentos da sociedade civil” (Kunsch, 1992, pp.9-10).

Das 109 instituições, somente cinco (quatro estaduais e uma federal) não indicavam essa informação, mas de maneira geral, as nomenclaturas encontradas para a área foram: Assessoria de Imprensa, Assessoria de Comunicação Social, Comunicação, Assessoria Especial da Reitoria, Assessoria de Comunicação Institucional, Coordenadoria de Comunicação, Superintendência de Comunicação, Diretoria de Comunicação, Superintendência de

Comunicação e Eventos, Imprensa, Coordenação de Comunicação Institucional, Sala de Imprensa, Secretaria de Comunicação, Coordenadoria de Comunicação Social, Agência de Comunicação Social e Científica, entre outros.

Quanto as notícias dispostas na *home*, em 95 universidades (58 federais e 37 estaduais), há destaque maior para as informações institucionais em relação às científicas. No entanto, identificamos 46 instituições (36 federais e 10 estaduais) com a produção de jornalismo científico, sendo: Norte (três federais e uma estadual); Nordeste (sete federais

e três estaduais); Centro-Oeste (quatro federais e uma estadual); Sudeste (14 federais e quatro estaduais) e Sul (8 federais e uma estadual).

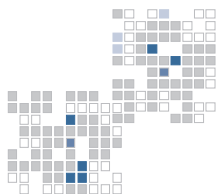
A produção de jornalismo científico manifesta-se predominantemente por meio de sites⁵, seguidos por revistas e podcasts, conforme evidenciam os dados: sites (42), revistas e podcasts (nove cada), jornais (sete), rádio e vídeo (seis cada), boletins (dois) e blogs e informativos (um cada)⁶. Entretanto, observa-se que, ao nível regional, a utilização dos diferentes produtos e canais varia: no Norte, destaca-se o jornal; no Nordeste, a revista, o vídeo e o podcast; no Centro-Oeste, a revista; no Sudeste, o podcast, o rádio e o jornal; e, no Sul, o jornal.

Em relação às redes sociais todas tinham contas oficiais: Facebook (104), Instagram (100), YouTube (91), Twitter⁷ (89), Flickr (18), LinkedIn (16), Telegram (seis) e Outros (TikTok, WhatsApp, Spotify, Medium, SoundCloud - um cada).

5 Do mesmo modo que as grandes redações jornalísticas migraram para o online, as redações das universidades também. Antes, o que era publicado apenas no meio impresso, hoje é disponibilizado também em áudio e vídeo, mesmo que a pauta seja pensada prioritariamente para o formato de texto.

6 Mesmo que algumas universidades ainda produzam jornal, revista, boletim, esses são disponibilizados em PDF nos sites e, em muitos casos, em edição especial. Destaca-se também a produção em áudio, seja como rádio ou podcast.

7 Em julho de 2023 a rede social passou a se chamar X.



Antes de realizar uma investigação sistematizada da produção de jornalismo científico, foi verificada a oferta de cursos de jornalismo nas instituições pesquisadas. Essa verificação justifica-se pela hipótese de que instituições que oferecem o curso de jornalismo podem contar com programas de estágio interno, estabelecendo parcerias com o departamento

de comunicação e, entre suas ações, realizando a cobertura de pautas científicas. Das 109 instituições analisadas, 50 ofereciam o curso de jornalismo (38 federais e 12 estaduais), quatro ofertavam cursos sob a nomenclatura Comunicação (duas em cada categoria) e 57 não possuíam nenhum curso nessa área.

Quadro 1 – Sistematização dos resultados

Distribuição geográfica (total)	Apresenta o Setor de Comunicação	Home (apresentação das notícias)	Produce Jornalismo Científico	Das que produzem, como é a distribuição	Quais são os Produtos/Canais (geral)	Como é distribuição dos produtos/canais (por região)	Redes Sociais (distribuição) - total
Federais (69) e Estaduais (40), sendo: Norte (16); Nordeste (35); Centro-Oeste (11); Sudeste (27); Sul (20)	Sim (104) 68 federais e 36 estaduais Não (cinco) uma federal e quatro estaduais	Institucionais (95) 58 federais e 37 estaduais Científicas (14) 11 federais e três estaduais	Sim (46) 36 federais e 10 estaduais Não (63) 33 federais e 30 estaduais	Norte (três federais e uma estadual); Nordeste (sete federais e três estaduais); Centro-Oeste (quatro federais e uma estadual); Sudeste (14 federais e quatro estaduais); Sul (8 federais e uma estadual)	Site (42); Revista e Podcast (nove); Jornal (sete); Rádio e Vídeo (seis); Boletim (dois) e Blog e Informativo (um cada)	Norte: Site (quatro); Jornal (um) Nordeste: Site (nove); Revista e Vídeo (três); Podcast (dois); Rádio e Boletim (um cada) Centro-Oeste: Site (quatro); Revista (dois); Boletim (um) Sudeste: Site (17); Podcast (seis); Rádio (cinco); Jornal (quatro); Revista e Vídeo (três); Blog e Informativo (um cada) Sul: Site (oito); Jornal (dois); Podcast e Revista (um cada)	Facebook (104); Instagram (100); YouTube (91); Twitter (89); Flickr (18); LinkedIn (16); Telegram (seis); Outros (um cada)

Fonte: elaborada pela autora.

Descrição: O quadro traz a distribuição geográfica e os números das categorias utilizadas para compreender o processo de comunicação.

Uma análise superficial dos dados poderia sugerir que a região com maior número de instituições (Nordeste – 35) seria também a mais beneficiada por investimentos, enquanto a região com menor número (Centro-Oeste – 11) receberia e produziria menos. No entanto, tal suposição não corresponde aos fatos.

O Brasil apresenta características continentais, com uma extensão territorial de 8.514.767 km², o que resulta em grande diversidade de paisagens, climas, topografia, cultura, economia e desenvolvimento. Cada instituição, portanto, está inserida em um contexto geográfico, social, cultural, político e econômico específico, o que influencia diretamente suas ações. As situadas em estados com maior arrecadação de impostos tendem a receber mais recursos, especialmente quando se trata de universidades estaduais, como

é o caso da Universidade de São Paulo (USP), da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e da Universidade Estadual Paulista (Unesp), localizadas no estado de São Paulo, região Sudeste, considerada a mais rica do país.

Sem entrevistas e/ou visitas de campo com os profissionais dessas instituições, é difícil determinar quanto é efetivamente aplicado em comunicação, especialmente em jornalismo científico, ou compreender os critérios para a escolha de determinados formatos. Contudo, é inegável que a presença no ambiente digital, especialmente por meio dos sites, amplia o alcance das ações comunicacionais e reduz custos associados à produção impressa, como revistas e jornais.

Pelo limite de páginas, não é possível descrever detalhadamente todas as iniciativas de jornalismo



científico nas 46 universidades brasileiras. No entanto, apresentamos brevemente cinco exemplos representativos de diferentes regiões do país.

No Norte, o jornal Beira do Rio, da Universidade Federal do Pará, está em circulação desde os anos 1980. Além de divulgar pesquisas acadêmicas, o veículo aborda temas de relevância social e regional. Durante a pandemia, passou a publicar edições trimestrais, disponibilizadas em PDF no site da universidade, com conteúdos complementares exclusivos para o formato digital.

No Nordeste, o UFS Ciência, da Universidade Federal de Sergipe, consiste em uma seção destacada no portal institucional da universidade. A iniciativa produz conteúdos em texto, reportagens em vídeo e áudio, que são veiculados tanto na Rádio UFS quanto no YouTube, ampliando o alcance da sua produção.

No Centro-Oeste, a Revista Darcy, da Universidade de Brasília, é uma publicação semestral de jornalismo científico e cultural. Embora não possua edição impressa regular, os PDFs das edições são disponibilizados online. Além disso, os conteúdos digitais (textos e imagens) são adaptados para a página da revista na internet. A revista também é utilizada no projeto de extensão Darcy nas Escolas, destinado a estudantes do ensino médio em escolas públicas do Distrito Federal.

No Sudeste, o Jornal da USP, da Universidade de São Paulo, constitui um dos principais veículos com a cobertura sistematizada da pauta de ciências na região. Sua página é atualizada diariamente e apresenta conteúdos informativos (notícias e reportagens) e opinativos (colunas e artigos) em múltiplos formatos, incluindo texto, áudio, vídeo, infográficos e podcasts, como Ciência USP e Novos Cientistas. O veículo também veicula conteúdos em parceria com a Rádio USP, ampliando o acesso à ciência para diferentes públicos.

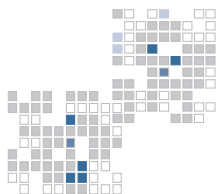
No Sul, a Universidade Federal de Santa Catarina mantém um site específico dedicado ao jornalismo científico, com reportagens especiais em texto e um repositório para conteúdos periódicos, incluindo podcasts, vídeos e edições da revista UFSC Ciência, facilitando o acesso a produções científicas para a comunidade acadêmica e a sociedade em geral.

5. CONSIDERAÇÕES

Ao reconhecer que a missão central da universidade pública é tornar acessível o conhecimento que produz, observa-se que, mesmo em um contexto histórico marcado por pandemia, cortes de verbas, campanhas de desinformação e ataques de determinados grupos da sociedade civil e política, as universidades retomaram seu papel como centros de referência em informação científica, ampliando ou criando formas de comunicação com a sociedade.

No Brasil, existem diferentes realidades quanto à infraestrutura comunicacional das universidades públicas, refletindo desigualdades regionais e institucionais. Algumas não atribuem prioridade à divulgação científica, enquanto outras atuam em duas frentes: (1) como mediadoras entre veículos de comunicação e fontes internas, e (2) como produtoras de conteúdo informativo publicado em canais oficiais. Regiões com menor financiamento e menor número de servidores tendem a ter menos veículos de jornalismo científico, evidenciando desigualdades estruturais que influenciam formatos, periodicidade e alcance das publicações.

Segundo Bucci (2021), mesmo que um produto jornalístico produzido na universidade leve em consideração a imagem institucional, ele é, antes de tudo, jornalismo dentro da lógica da comunicação pública. O pesquisador destaca que o jornalismo científico deve ser prioritário nessa interface entre universidade e sociedade, sendo pautado pela apuração objetiva, busca por fontes confiáveis e



independência em relação a interesses comerciais.

Embora menos de 50% das universidades pratiquem jornalismo científico, o número de iniciativas existentes merece destaque, considerando o contexto de desmonte e desprestígio dessas instituições. Independentemente do formato adotado — site, vídeo, podcast, jornal ou revista —, observa-se esforço em manter uma periodicidade regular (diária, semanal ou quinzenal), mesmo diante de limitações de equipe, infraestrutura e recursos tecnológicos.

No que se refere ao conteúdo, as universidades publicam predominantemente notícias, reportagens e artigos, mas a inclusão de formatos como crônicas, perfis e entrevistas podem trazer maior dinamismo e aproximação com diferentes públicos. Quanto ao conteúdo, há um espaço maior para as pautas de saúde e meio ambiente,

mas há de se evidenciar que no período de coleta de informações havia uma crise sanitária e o aumento dos problemas ambientais.

A importância de a universidade produzir seu próprio jornalismo científico é que se ela não fizer isso, a informação científica pode não chegar para um público diverso, já que as redações da imprensa tradicional estão cada vez menores e com uma demanda de trabalho gigante, focados muitas vezes na cobertura política, econômica, esportiva e internacional e. Somente em casos mais específicos é que os jornalistas vão até as universidades.

É um jornalismo de interesse público com uma postura política ideológica muito clara em relação ao mundo e suas complexidades, sem contar que não tem as amarras da busca por cliques ou financiamento comercial que têm caracterizado a grande imprensa.

REFERÊNCIAS

Alves-Mazzotti, A. (2001). Procedimentos e instrumentos de coleta de dados. Em Alves-Mazzotti, A. ; Gewandszajder, F. *O método nas ciências sociais e naturais* (p.163). São Paulo: Thomson.

Bucci, E. (22 de mar. de 2021). *A Superintendência de Comunicação Social e as mídias da USP*. (XXXXXXX, Entrevistador).

Bueno, W. C. (2009). Jornalismo Científico no Brasil: Os desafios de uma longa trajetória. Em: Porto, C. M. (Org.). *Difusão e Cultura Científica: Alguns recortes* (pp-113-125). Salvador: EDUFBA.

Bueno, W. C. (2010). Comunicação Científica e Divulgação Científica: Aproximações e rupturas conceituais. *Informação & Informação*, 15 (1), 1-12, <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2010v15n1esp1>

Bueno, W. C. (2022). *Jornalismo Científico: teoria, prática e pesquisa*. São Paulo: JORCOM/Contexto Comunicação e Pesquisa. Recuperado, 5 de mai. de 2022, de <https://jorcom.jor.br/e-book/>

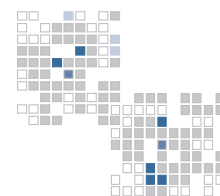
Germano, M. G.; Kulesza, W. A. (2007). Popularização da ciência: uma revisão conceitual. Em: *Caderno Brasileiro de Ensino de Física*. Santa Catarina: vol. 24 (1), 7-25, Recuperado: 18 de jun. de 2022, de <https://periodicos.ufsc.br/index.php/fisica/article/view/1546>

Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia. (15 dez de 2022). *Confiança na ciência no Brasil em tempos de pandemia: Resumo Executivo*. Brasília. Recuperado: 21 de out. de 2023, de https://www.inctcpct.ufpa.br/wpcontent/uploads/2022/12/Resumo_executivo_Confianca_Ciencia_VF_Ascm_5-1.pdf

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP). (3 de out. de 2020). *Censo da educação superior mostra aumento de matrículas no ensino a distância*. Brasília. Recuperado: 31 de out. de 2022, de <https://www.gov.br/pt-br/noticias/educacao-e-pesquisa/2020/10/censo-da-educacao-superior-mostra-aumento-de-matriculas-no-ensino-a-distancia>

Kunsch, M. M. K. (1992). *Universidade e comunicação na edificação da sociedade*. São Paulo: Ed. Loyola.

Lopes, M. I. V. (2018). Esboço para uma história dos estudos em comunicação no Brasil e na América Latina: processos de institucionalização do campo. Em: Covi Druetta, D.; Cimaedevilla, G. (orgs.). *Del mimeógrafo a las redes digitales* (pp.33-47). São Paulo: ALAIC.



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

Mora, A. M. S.; Mora, C. S. (nov-jan de 2003). *Glosario de términos relacionados con la divulgación: una propuesta*. México: Universidade Autonoma do México. Recuperado: 14 de jun. de 2022, de http://www.divulgacion.ccg.unam.mx/webfm_send/8549

Morin, E. (2000). *Saberes globais e saberes locais: o olhar transdisciplinar*. Rio de Janeiro: Garamond.

Reynoso, E. (2012). *La cultura científica en los museos en el marco de la educación informal*. (Tese inédita de doutorado). Universidad Nacional Autónoma de México, México. Recuperado: 12 de jun. de 2022, de <https://tesiunamdocumentos.dgb.unam.mx/ptd2013/Presenciales/0701859/0701859.pdf>

Rocha, M.; Massarani, L; Pedersoli, C. (2017). La divulgación de la ciencia en América Latina: términos, definiciones y campo académico. Em: *Aproximaciones a la investigación en divulgación de la ciencia en América Latina a partir de sus artículos académicos*. Rio de Janeiro: Fiocruz-COC. Recuperado: 28 de jan. de 2022, de <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.4668/pm.4668.pdf>

Sampaio, R. C.; Lycarião, D. (2021). *Análise de Conteúdo Categorical: manual de aplicação*. Brasília: Enap.

Smaili, S.; Minhoto, M. A.; Arantes, P. (9 de dez. de 2022). Todo filme de desastre começa com cientistas sendo ignorados (as). Mais uma vez o governo Bolsonaro ataca cientistas e busca a catástrofe. Recuperado: 13 de dez. de 2022, *Folha de S. Paulo*, SoU_Ciência: <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/sou-ciencia/2022/12/todo-filme-de-desastre-comeca-com-cientistas-sendo-ignoradosas.shtml>

Watanabe, P. (23 de jun. de 2021). Veja números, frases e polêmicas de Ricardo Salles à frente do Ministério do Meio Ambiente. Recuperado: 1º de nov. de 2023, *Folha de S.Paulo*: <https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2021/06/veja-numeros-frases-e-polemicas-de-ricardo-salles-a-frente-do-ministerio-do-meio-ambiente.shtml>

Artigo enviado em 14/07/2025 e aceito em 02/12/2025.

